

TAMPEREEN YLIOPISTO

Anna M. Lehto

PUUN JA KUOREN VÄLISSÄ

Vertaileva tutkimus Suomen ja Ruotsin
yleisradioyhtiöistä yleisöjen ja valtion paineessa 2010-luvun alussa.

Tiedotusopin pro gradu –tutkielma

Huhtikuu 2014

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

LEHTO, ANNA: Puun ja kuoren välissä – Suomen ja Ruotsin yleisradioyhtiöiden elo ja olo yleisöjen ja valtion paineessa 2010-luvun alussa.

Pro Gradu –tutkielma, 86 sivua +liitteet.

Tiedotusoppi

Huhtikuu 2014

Pro Gradu työssäni vertailen Suomen ja Ruotsin yleisradioyhtiöiden toimintaa poliittisen parallelismin ja pluralismin näkökulmasta. Vertailen yleisradioita niin sisältöjen, yleisöjen, jakelukanavien, rahoituksen kuin tehtävänannonkin kautta. Vertailukohteet edustavat myös erilaisia markkinoita poliittisista markkinoista suosion markkinoihin. Tutkimuskysymykseni pohtivat, miten moniarvoista, monimuotoista ja valtioon sidottua yleisradioyhtiöiden elo on ja miten yleisradioyhtiöt ovat sopeutuneet muuttuneeseen markkinatilanteeseen. Digiaikana yleisradio kohtaa entistäkin enemmän muutospainetta, mutta yleisradioiden kriisi juontaa juurensa paljon kauemmas kuin ensin luulisikaan.

Aineistonani on yleisradioyhtiöiden vuosikertomuksia, lainsäädäntöä, tilastoja ja yleisradioyhtiöitä valvovien tahojen selontekoja. Kvantitatiivista aineistoa laadullisin menetelmin. Metodini on vertaileva mediatutkimus. Vertailuasetelmassa pyrin etsimään eroja ja yhtäläisyyksiä Suomen ja Ruotsin yleisradioyhtiöiden välillä. Yksi vertailevan mediatutkimuksen eduista on, että esille saattaa nousta seikkoja, joita ei pelkästään yhtä maata analysoimalla havaittaisi. Vertailevan mediatutkimuksen perinteessä työni sijoittuu kartoittavaan ja kuvailevaan tutkimukseen, jonka lopputuloksena voidaan pyrkiä muodostamaan hypoteesi, jota myöhemmässä tutkimuksessa voidaan testata.

Tutkimuksestani käy ilmi, että vaikka yleisradioiden sanotaan olevan kriisissä, on niillä ainakin Suomessa ja Ruotsissa vahva asema niin poliittisesti kuin liiketaloudellisestikin. Yleisradioyhtiöillä on vankka ote myös markkinoista. Sisällöllisesti yleisradiot esittävät monimuotoista ohjelmaa, joskin kaupallisten kanavien ja yleisradiokanavien sisällöt liukuvat myös lähemmäs toisiaan. Tulevaisuuden huoli kohdistuu nuoreen yleisöön, jonka television katselu on jopa vähentynyt viime vuosina. Yleisradioiden olisi tavoitettava nuoret, sillä kuten aiemmassa tutkimuksessa on todettu, on yleisö yleisradioiden elintärkeä legitimoinnin väline.

Asiasanat: Yleisradio, yleisradioyhtiöt, vertaileva mediatutkimus, julkinen palvelu, Suomi, Ruotsi

Sisällysluettelo

1.0	JOHDANTO	1
2.0	YLEISRADIOT PUUN JA KUOREN VÄLISSÄ	5
2.1.	Yleisradiot syntyivät ensimmäisen maailmansodan jälkeen	5
2.1.1	Julkisen palvelun määritelmä	7
2.1.2	Julkisen palvelun median kriisi 2000-luvulla	9
2.2	Suomi ja Ruotsi, päällisin puolin samasta perheestä	13
2.2.1	Poliittinen parallelismi kertoo kytköksistä valtioon	14
2.2.2	Pluralismi on moniarvoisuutta	15
2.3	Tutkimuskysymykset	17
3.0	METODI JA TUTKIMUSPERINNE	18
3.1	Maaailman myllerrys vaikuttaa mediajärjestelmien vertailuun	19
3.1.1	Normatiivinen tutkimus on sidoksissa aikaan	22
3.1.2	Metodinen itsekritiikki: voiko tilastoja arvioida laadullisin menetelmin?	23
3.2	Mediajärjestelmä osana systeemiteoreettista lähestymistapaa	24
3.3	Valtiokeskeinen aineisto	29
3.3.1	Valtio yksikkönä	29
3.3.2	Suomen ja Ruotsin samankaltaisuus on tutkimuksen etu	30
3.3.3	Tarkkuus on tarpeen tilastojen tulkinnassa	33
4.0	SISÄLLÖT JA YLEISÖT – ENEMMÄN ON ENEMMÄN	34
4.1	Lähtökohtia: Yle, SVT ja SR pelaajina mediakentällä	34
4.2	Yleisöt	35
4.2.1	lakkäät ovat innokkaita ruudun tuijottajia	35
4.2.2	Yleisradioyhtiöiden radioasemilla vankka jalansija	36
4.2.3	Yhteenvedo suosion markkinoista	38
4.3	Sisällöt	39
4.3.1	Molemmissa maissa kaksi yleiskanavaa ja erityisryhmille omat kanavansa	39
4.3.2	Television sisällöt – uutisia, ajankohtaisohjelmia ja kulttuuria	40
4.3.3	Radion sisällöt: pääosin viihdettä ja musiikkia	46
4.4	Jakelukanavat	50
4.4.1	Digitalisaatio toi profiloidut kanavat	50
4.4.2	Internet-jakelun yleistymisen: Yleisradiot kehityksen kärjessä	51
4.5	Luottamus	53
4.6	Puuttuva diversiteetti, yleisradioyhtiöiden haaste	54
5.0	RAHOITUS JA TEHTÄVÄNANTO	55
5.1	Rahoitusmuoto on ideologinen valinta	55

5.2 Tehtävänmäärittely	57
5.2.1 Euroopan Unioni	57
5.2.2 Kansallinen lainsäädäntö	59
5.2.3 Yleisradioyhtiöiden omat tavoitteet.....	61
5.3 Poliittista parallelismia, yleisradioyhtiöiden yhteydet valtion hallintoon.....	63
5.4 Rahoitus, tehtävänanto ja johto: parallelismin mittarit.....	66
6.0 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ JA KESKUSTELUA.....	68
6.1 Monimuotoisuutta yleisön eduksi vai kilpailun välineeksi?.....	69
6.2 Yleisradioita vaalitaan arvokkaina toimijoina	73
6.3 Lopuksi	75
LÄHTEET	79
LIITTEET	87

1.0 Johdanto

“Ylen budjettia voi verrata poliisin vuosibudjettiin 2012, joka on noin 699 miljoonaa euroa. Käsittämätöntä, miten ei-peruspalveluksi luokiteltava instanssi on pesiytynyt hallinnon valtarakenteisiin tavalla, jossa sen asemaa ei enää kyseenalaista mikään ja jossa sen ei tarvitse luopua mistään edes vakavan talouskriisin keskellä! Miksi terveydenhuoltoon ei saada omaa veroa, jossa olisi indeksikorotus? Entä poliisin, puolustusvoimien, lastensuojelun, mielenterveyshuollon toimintaan... Ei, vain media on oikeutettu omaan korvamerkittyyneen, indeksikorotuksen turvattuun veroon!”

Nimim. M R HS.fi:n kommentteissa Yle-veroa koskevassa uutisessa 4.4.2012 klo 15:31

Vuodesta 2013 alkaen Yleisradion rahoitus kerätään lupamaksujen sijaan verolla. Moni suomalainen pohtiikin, miksi verorahoilla pitää ylläpitää 3500 ihmistä työllistävää rillumareiviihdetehdasta, joka häiritsee vapaata kilpailua mediamarkkinoilla. Toisaalta moni pitää Yleisradiota kansansivistysseurana, joka tiedontuottajana tilkitsee ne aukot kansalaisten tietämyksessä, jotka *Viidakon tähtöset* ja muut tosi-tv –ohjelmat jättävät jälkeensä. Verorahoitukseen siirtyminen on vain yksi uusi muutos Yleisradion toimintakentällä, mutta se aiheuttaa Ylelle yhä suuremmat paineet perustella olemassaoloaan, ja nostaa jälleen kerran pinnalle keskustelun julkisen mediatuotannon tarpeellisuudesta.

Yleisradio ei puolustele asemaansa yksin. Koko Euroopassa käydään vääntöä siitä, mihin julkista mediapalvelua tarvitaan. Yleisradioiden kivijalkaa huojuuttavat uudet mediapalvelut, internet, konvergenssi ja digitalisaatio, sekä yksityisten mediayritysten yritykset pelata yleisradiot pois pelistä. Kilpailun paineessa julkisen palvelun mediat pyrkivät kasvamaan yksisuuntaisesta mediasisällön lähettäjistä nykyaikaiseksi yleisön kysyntään vastaavaksi sisällöntuottajaksi. Ei ihme, että yleisradioiden toiminta näyttäytyy monelle sisältöjen äärettömältä sillisalaatilta. Eikä siis ihme, että kuten Hesarin uutisen kommentti kiteyttää, on kansalaisille epäselvää, miksi julkisesta mediapalvelusta tulisi maksaa – ja jos maksetaan, niin kuinka paljon? (Karppinen 2010, 154–157, Lowe & Bardoel 2007, 9–11, Jakubowicz 2010, 127–128, Jääsaari 2007, 6.)

Tällä toimintakentällä ryhdyn opinnäytetyössäni arvioimaan Suomen Yleisradion ja Ruotsin Sveriges Televisionin, Sveriges Utbildningsradion ja Sveriges Radion harjoittamaa julkisen palvelun mediatoimintaa. Tarkoitukseni on vertailla yhtiöiden yleisöjä, jakelukanavia,

sisältöjä, rahoitusta ja tehtävänantoa. Koska yleisradioyhtiöt eivät elä tyhjiössä, vaan kovasti kilpailuilla mediamarkkinoilla, selvitan myös yleisradioiden markkina-asemaa suhteessa muihin mediayhtiöihin. Tutkimukseni on normatiivista, siis tutkimusta, joka tutkii, miten median pitäisi, tai miten median odotetaan toimivan.

Kappaleessa kaksi käyn läpi julkisen palvelun median, eli yleisradiotoiminnan kehitystä ja nykyistä tilannetta, johon usein viitataan yleisradioyhtiöiden kriisinä. Kappaleessa kolme esitän, kuinka yleisradiotoimijat liittyvät osaksi yhteiskuntaa, ja kuinka niiden olomuoto heijastelee koko yhteiskunnan henkeä. Systeemiteoreettisesti yleisradiot ovat osajärjestelmiä yhteiskunnassa, joka väistämättä heijastelee omia osajärjestelmiään. Tutkimusotteeni on vertaileva. Tavoitteenani on erojen ja yhdenkaltaisuuksien kautta tuoda esiin perusteet, joita myöhemmin voidaan hyödyntää esimerkiksi hypoteesin kartoittamisessa. Suhtaudunkin tutkimukseeni nöyrästi: vertaileva mediatutkimus systeemitasolla ei nimittäin ole ollut aiemmin järin suosittua opinnäytetöissä, ja kansainvälisellä tasolla vertaileva tutkimus toteutetaan usein muutaman tutkijan yhteistyönä.

Aloittaessani tämän tutkielman teon syksyllä 2011 huomasin äkkiä kaksi asiaa. Ensinnäkin normatiivisuuteen pyrkivä vertaileva tutkimus liikkui eri tasolla kuin tiedotusopin opinnäytetyöt yleensä. Poliitiikan tutkimuksesta tuttu systeemiteoreettinen ja vertaileva ote tuntui minusta kuitenkin tuoreelta ja järjestelmälliseltä metodilta. Toiseksi huomasin mediajärjestelmässä tapahtuvan myllerrystä. Yle-verosta päätettiin keväällä 2012 ja se astui voimaan 1.1.2013. Vuoden 2012 syksyllä kaupallinen media aloitti irtisanomissuman. Muun muassa MTV3 ja Sanoma Magazines Finland irtisanoivat kymmenittäin työntekijöitään. Turun Sanomat paitsi irtisanoi toimittajia, myös lopetti tyystin ulkomaantoimituksensa. Yle tiivistä synkän syksyn uutiseen, jonka otsikko kuului: "Toimittajia on vähennetty paperitehtaan verran". Otsikko viittasi Suomen Journalistiliiton (SJL) puheenjohtajan Arto Niemisen sitaattiin jutussa, jossa kerrottiin, että toimittajia on vähennetty viimeisen viiden vuoden aikana noin 800. (Sundqvist 5.11.2012.) SJL:n Nieminen kommentoi irtisanomisia myös varoittamalla, että jatkamalla vähennyksiä ala kuolee (TS-STT 14.11.2012). Pohdin, miten kaupallisten toimijoiden taloudellinen kriisi näkyisi vastikään rahoituksensa turvanneen Yleisradion toimissa. Samalla mietin, onko tiedonvälitys olennainen osa yhteiskuntaa, jos se kuitenkin näyttäisi nykyisessä muodossaan kuihtuvan.

Tulin pohdinnoissani siihen tulokseen, että Niemisen uhkakuva, jossa journalismi kuolee tykkäänään, on äärimmilleen viety skenaario. Ennemminkin mediakenttä ja sitä kautta mediajärjestelmä on muutoksessa. Median normatiivinen rooli yhteiskunnassa säilyy, vaikka se muuttaisikin muotoaan ja vaikka toimittajien jokapäiväinen työkuva muuttuisi (ks. Christians et al. 2009). Niemisen kommentista voi tulkita kuitenkin huolen, joka tutkijoitakin on askarruttanut. Miten käy demokratian, jos media supistuu olemattomaksi?

Demokratian määritelmiä on useita. Demokratia on poliittinen järjestelmä (Berndtson 1992, 179–188) mutta se voi olla myös kanssakäymisen kulttuuri (Christians et al. 2009, 92). Demokratian muotoja on yhtä monta kuin on demokraattisia valtioitakin. Syvällä kaiken demokratian ytimessä on kuitenkin viestintä. Äänestäminen, vapaa tietojen välitys ja oikeus vastaanottaa tietoja sekä mielipiteenilmaisu ovat kaikki edellytyksiä kansanvallan toteutumiselle. Viestinnän rooli demokratioissa vaihtelee, ja media voi ottaa erilaisia funktioita demokratioissa. Demokratiassa toimiva media voi esimerkiksi pyrkiä edistämään vapautta tai tasa-arvoa, se voi pyrkiä kulttuuriseen yhteisöllisyyteen tai tiedonvaihtoon vaihdantataloutta mukaillen. Kirjassa *Normative Theories of the Media* (Christians et al. 2009) on pohdittu juurikin demokratian ja viestinnän suhdetta sekä median tehtäviä yhteiskunnassa. Samalla kirja on normatiivisen viestinnän tutkimuksen uusimpia avauksia. Kirja osoittaa, kuinka perinteitä, malleja ja rooleja yhdistelemällä saadaan näkökulmia siihen, millaisia tehtäviä media yhteiskunnassa täyttää. Toisaalta tutkimalla median ottamaa roolia, voimme pohtia mitä rooli kertoo yhteiskuntamme arvoista ja asenteista. Näihin palaamme hieman myöhempänä.

Myös yleisradiot ovat ottaneet erilaisia rooleja eri maissa. Lowe kuitenkin löytää kaikkia yleisradioita yhdistäviä tekijöitä. Laatu-uutisten päivittäinen tarve, kunnianhimoinen kansallinen ohjelma ja ruohonjuuritason aktiviteetteihin osallistuminen, mikä tuo ihmisiä yhteen ja rakentaa siltoja eri ryhmien välille, ovat kaikille yleisradioyhtiöille relevantteja seikkoja. (Lowe 2012, 11.)

Journalismi on siis nähty tarpeelliseksi demokraattisen valtion toiminnassa. Erilaiset valtion tehtäviä määrittelemään pyrkineet valtiotieteilijät ovat sijoittaneet tiedonvälityksen ohella myös kulttuuriset tehtävät valtion tehtäviksi (ks. Tiihonen 1981, 22 ja Vartola 1977, 25, Berndtson 1992, 239). Berndtson (1992, 121–124) liittää joukkotiedotusvälineet osaksi ihmisen sosialisatiota ja argumentoi joukkotiedotuksen olevan oleellinen osa poliittista

elämää. Tätä kautta julkisen palvelun mediaa on pidetty eri näkökulmista tarpeellisena osana valtion tehtäviä. Tosin Christians et al. (2009) osoittavat, että valtion rooli mediakentän toimijana vaihtelee. Samoin yleisradioista ollaan montaa mieltä. Vaikka yleisradiokeskustelussa aika ajoin väläytelläänkin koko instituution lakkauttamista, kohdistuu keskustelu useimmiten siihen, miten palvelu toteutetaan kuin siihen, että tarvitaanko koko palvelua.

Maaailma muuttuu kiihtyvällä tahdilla. Se näkyy myös siinä, mitä median roolista ajatellaan. Christians et al. osoittavat, kuinka yhteiskunnat ovat siirtyneet korporatistisesta ja hallintoon mukautuvasta mediasta ääriolibertaristien rajoittamattoman median perinteen kautta sosiaalisen vastuun perinteeseen. Jokainen vaihe on sidottu tiettyyn aikaan. Renessanssin aikainen vapaiden markkinoiden logiikan innoittama libertaristinen perinne oli vastaisku keskiajan rajoittuneisuudelle ja sosiaalisen vastuun perinne taas pyrki korjaamaan libertaristisen median jättämiä vajeita viestinnässä (Christians et al. 2009, 21–25). Maailmalle muuttuu tälläkin hetkellä. Mikäli kaupallisen median ahdinko jatkuu, ja kaupalliset mediatoimijat muuttavat muotoaan, näkyy muutos myös julkisen palvelun mediassa. Muutos voi jopa korostaa julkisen palvelun median asemaa. Tulevaisuuden ennustamisen sijaan keskityn kuitenkin tässä työssä pohtimaan, millaisen roolin Suomen ja Ruotsin yleisradiot ovat ottaneet 2010-luvun alussa.

2.0 Yleisradiot puun ja kuoren välissä

Julkisen palvelun media eli yleisradioyhtiöt ovat koko Euroopassa menettäneet monopoliasemansa viimeisten vuosikymmenten kuluessa. Mediajärjestelmiin on tullut uusia toimijoita ensin kaapelikanavien muodossa, sitten digitalisoinnin kautta ja internetin myötä myös televisio-ohjelmien jakelukanavat ovat yhä lisääntyneet. Myräkässä julkisen palvelun media on joutunut pohtimaan ensinnäkin rooliaan mediakilpailussa ja toiseksi identiteettiään. Julkisen palvelun median roolin muutosta voidaan kuvailla muutokseksi monopolistisesta yhteiskunnallisen vastuun kantajasta ja kansalaisten puhuttelijasta kaupalliseksi kilpailijaksi, joka pyrkii vetoamaan yhä pirstaloituneempaan yleisöön (Mäntymäki 2006, 30).

Yleisradioiden identiteettiongelman voidaan katsoa nousevan sen kaksoisroolista, yhtäältä julkisena palveluntuottajana, toisaalta mediayrityksenä (Hellman 1999, 27–29). Lowen (2012, 1) mukaan julkisen palvelun media on kriisissä myös ja etenkin sen vahvimilla alueilla, Keski- ja Pohjois-Euroopassa. Hallin ja Mancini (2004) kutsuvat näiden alueiden, mukaan lukien Suomen ja Ruotsin mediajärjestelmiä, demokraattis-korporatistisiksi. Mallia leimaavat usko sananvapauteen, vankka valtion rooli, lehdistötuet ja vahva julkisen palvelun media. Demokraattis-korporatistiset valtiot ovat hyvinvointivaltioita, joissa valtio säätelee taloutta enemmän kuin muissa maissa. (Hallin ja Mancini 2004, 66–68.)

2.1. Yleisradiot syntyivät ensimmäisen maailmansodan jälkeen

Käytän tässä työssäni käsitteitä yleisradiotoiminta ja julkisen palvelun media toistensa synonyymeinä. Kappaleessa 2.1.1 erittelen julkisen palvelun mediaa terminä, joka antaa pohjan yleisradioiden toiminnalle. Lyhyesti sanottuna julkisen palvelun media on yleisradioyhtiöiden harjoittamaa toimintaa ja siksi paneudun seuraavaksi yleisradioiden syntyyn.

Paras esimerkki yleisradioiden synnystä on Iso-Britannia, jossa julkisen palvelun media kehittyi ensimmäisten joukossa. Nykyinen BBC aloitti lähetyksensä 1922 vailla poliittista agenda tai säädettyä tehtävää. Sittemmin, etenkin sotien ja muiden yhteiskunnallisten mullistusten tiimellyksessä, alkoi BBC saada kansallisia tehtäviä niin julkisessa puheessa kuin lainsäädännössäkin. (McQuail 1992, 55–57 ja 59.) BBC:n johtaja John Reith, jota Lowe (2010a, 25) kutsuu jopa julkisen palvelun kättilöksi, visioi BBC:n toimivan neljän prinssiin varassa:

taatut toimintavarat, monopoliaseman käyttö, julkisen palvelun motiivi ja moraalisen velvollisuuden taju (Hardy 2008, 47). Eurooppalaisten yleisradioyhtiöiden kehitys on ollut pitkälti samanlaista kuin Iso-Britanniassa: amatööritoiminta on kasvanut ja joutunut jonkinasteiseen valtion ohjaukseen. Ruotsissa perustettiin yleisradioyhtiö vuonna 1925 ja Suomessa 1926 (SOU 2005, 49, Wiio & Uronen 2012, 151).

Hellman (1999, 58) on tiivistänyt yleisradioiden kehityksen ja ideologian neljään elementtiin, jotka ovat tyypillisiä liki kaikille yleisradioille ja kertovat samalla yleisradion identiteetin historiasta. *Ensinnäkin radioaaltojen rajallisuuden takia ajateltiin, että niitä tulisi hyödyntää yleiseen hyvään ja sisällön pitäisi olla kaikkien saatavilla.* Yleisradioiden suhde valtioon onkin monimutkainen asia, sillä radiotoiminnan yleistyessä julkinen valta otti toiminnan seurattavakseen tai hallinnoitavakseen. Myös Hallin ja Mancini kirjoittavat, että valtiovallan mukaantulo selittyy radiotaajuuksien rajatulla määrällä: jonkun oli hallinnoitava, kuka toimii milläkin taajuudella. Lähetystoiminnan hallinnoinnissa oli kuitenkin mukana myös vallan elementti, sillä radioilla lähetettiin suorana viestejä yksityisiin koteihin vailla kenenkään väliintuloa (Hardy 2008, 42). Williams (1975, 23) tiivistää television vallan uudeksi sosiaalisen integraation ja kontrollin muodoksi. Valtiot ovatkin käyttäneet tätä valtaa ja suoraa pääsyä kansalaisten tykö myös varsin poliittisiin tarkoituksiin. Esimerkiksi Suomen hallitus käskytti Yleisradiota ohi Yleisradion johtokunnan lähettämään heinäkuussa 1930 Lapuan liikkeen talonpoikaismarssin ohjelman (Yleisradionhistoria 1996, 81). Tästä päästäänkin toiseen elementtiin, jonka mukaan *yleisradion tulisi olla valtion monopoli, mutta samalla radion itsenäisyys pitää taata pitämällä yleisradioyhtiö erillään valtiosta.* Yleisradiot ovat alkuvuosistaan eläneet ristiriitaisessa suhteessa valtioon. Toisaalta ne ovat esiintyneet vapaan tiedonvälityksen airueena, toisaalta valtioita on moitittu yleisradioiden suojelemisesta ja kilpailun vääristämisestä. Kolmannen elementin mukaan *yleisradioiden rahoitus muodostuu lupamaksuista mainosten sijaan.* Lupamaksu taas sitoo yleisradioita yhä tiukemmin valtioon. Neljäs kaikille yleisradioille tyypillinen elementti on laatu. *Yleisradion pitäisi tuottaa laadukasta sisältöä ja edistää kansallista kulttuuria ja yhtenäisyyttä.*

Nämä elementit ovat vain piirteitä, jotka ovat leimallisia yleisradiotoiminnalle Euroopassa. Kuten huomaamme, elementit ovat varsin konkreettisia, eivätkä paikoin enää edes pidä paikkaansa. Esimerkiksi radioaaltojen rajallisuus ei enää ole este, kun sisältöjä voidaan jakaa

monissa muissakin kanavissa. Seuraavaksi paneudunkin hieman siihen, miten julkisen palvelun mediaa määritellään.

2.1.1 Julkisen palvelun määritelmä

Julkisen palvelun media on käsite, joka on käännetty englannin termistä *public service media* (PSM). Public service media taas on on juonnettu *public service broadcasting* -käsitteestä (PSB) vastaamaan paremmin nykyistä monialustaista yleisradiotoimintaa. Molemmilla käsitteillä tarkoitetaan julkisesti tuotettua mediasisältöä eli useimmiten yleisradiotoimintaa. Terminologian muutoksen taustalla on mediakentän muuttuminen yksisuuntaisesta lähetysmallista yhä monimuotoisempaan ja monisuuntaiseen median kuluttamiseen. Muutosta voi havainnollistaa vaikkapa televisio-ohjelmien katsomisen tapojen muuttumisella: ennen televisio-ohjelmat tuotettiin yhteen välineeseen, kun taas nykyään televisio-ohjelmia voi katsella television lisäksi internetistä, dvd-levyltä, matkapuhelimesta erilaisten virtuaalisten ohjelmakirjastojen kautta. (lisää muutoksesta ks. Lowe & Bardoel 2008.) Teknologisen muutoksen voidaankin katsoa olevan yksi syistä, jotka ovat johtaneet julkisen palvelun median kriisiin, josta lisää kappaleessa 2.1.2.

Julkisen palvelun median määrittely on kulttuurisidonnaista ja konkreettista tyhjentävää vastausta on vaikea antaa. Lowe ja Hujanen ovatkin kirjoittaneet julkisen palvelun median hengestä, eetoksesta. Siihen kuuluu ajatus muun muassa siitä, että palvelu on avoinna kaikille, että julkisen palvelun media tukee demokratiaa, että tasa-arvoinen mahdollisuus tietoon ja ymmärrykseen on kansalaisoikeus ja että julkisen palvelun medialla on vastuu palvella vähemmistöjä, taaten näin monimuotoisuuden yhteiskunnassa. (Lowe & Hujanen 2003.)

Nykyään julkinen palvelu tarkoittaa yhä enemmän yleisöjen palvelemista. Suomessa puhe julkisesta palvelusta liitetään legitimointiprosessiin, jolla perustellaan valtio-omisteisen yhtiön olemassaoloa mediajärjestelmässä (Mäntymäki 2010). Itse asiassa sama pätee muihinkin maihin. Hellman (1999, 58) kirjoittaa, että termi *public service broadcasting* yleistyi vasta 1980-luvulla, kun yleisradiot itse alkoivat käyttää termiä oikeuttaakseen toimintaansa.

Tehtävänanto (engl. *Remit*) on julkisen yleisradion tehtävien määrittelyä. Tehtävänanto oikeuttaa, mutta myös rajaa yleisradioiden toimintaa. Tehtävänanto voidaan määritellä muun muassa laeissa, vakiintuneissa käytännöissä ja Euroopan unioniin kuuluvien maiden kohdalla muun muassa Euroopan unionin Amsterdamin pöytäkirjassa. Tehtävänantoon voivat siis

vaikuttaa useat tekijät ja julkisen palvelun median tehtävät vaihtelevatkin maittain. Lowe (2010a, 26) on monien yleisradioyhtiöiden tehtävänmäärittelyä tarkasteltuaan tullut siihen tulokseen, että julkisella palvelulla on yhteisiä, universaaleja piirteitä. Niitä ovat:

- a) sitoutuminen universaaliin yhtäläisin ehdoin kaikkien saatavilla olevaan palveluun
- b) pyrkimys sisältöjen monimuotoisuuteen ja edustavuuteen
- c) toiminnan demokraattinen valvonta
- d) julkinen omistus ja rahoitus
- e) voittoa tuottamaton toimintaperiaate
- f) toimituksellinen vapaus ja uutistoiminnan korkea laatu
- g) demokratian käytäntöjen ja kulttuurin prosessien tukeminen

Euroopan yleisradioliitto EBU on vuonna 2000 pyrkinyt muotoilemaan perusteet julkiselle palvelun tehtävänannolle ja rahoitukselle. Pyrkimys liittyi digitalisaation aiheuttamaan muutokseen yleisradioiden toiminnassa ja toimintakanavissa. EBU:n nettisivuilta löytyvässä julistuksessa todetaan julkisen palvelun median ydinarvojen olevan universaalius, itsenäisyys, korkea laatu, monimuotoisuus (engl. *diversity*), tilivelvollisuus ja innovatiivisuus (European Broadcasting Union). Sekä Lowe että EBU korostavat monimuotoisuutta. Hellmanin mukaan monimuotoisuus onkin ilmestynyt julkisen palvelun median määritelmiin vasta 1980-luvulla (1999, 60). Monimuotoisuus liittyy yleisöjen palvelemiseen, mikä nousi yleisradioille tärkeäksi tehtäväksi viimeistään monopolien murruttua 1980-luvulla.

Julkisen palvelun median on tarkoitus nimensä mukaisesti palvella ja näin ollen yleisradion rooli on verrattavissa koululaitokseen ja terveystalouteen (ks. Lowe 2010a, 25).

Nykymaailmassa julkisen palvelun rooli ei kuitenkaan ole enää niin yksioikoinen. Kaupallisen kanavien tulon yhteydessä joutui yleisradiotoiminta ottamaan edellä mainitun kaksoisroolin valtion palveluna ja mediayrityksenä. Silloin elo puun ja kuoren välissä kävi yleisradioille entistäkin tukalammaksi. Jos ennen pohdittiin, kuinka yleisradiot elävät suhteessa valtioon, piti 1980-luvulla ryhtyä pohtimaan kaupallisten toimijoiden vaikutusta yleisradioihin. Yleisradiot ovat sekä julkisia palveluntuottajia, kuten terveydenhuoltopalvelut, mutta samaan aikaan myös kaupallisiin toimijoihin verrattavia mediayrityksiä, jotka 1980-luvulta ovat

kilpailleet samoista yleisöistä kaupallisten toimijoiden kanssa (Hellman 1999, 27–29). Identiteettikriisi syveni ja julkisen palvelun käsitettä jouduttiin arvioimaan uudestaan.

Julkisen palvelun median syvintä olomuotoa voidaan myös pohtia sen kautta, miten palvelu tuotetaan. Hardy erittelee kolme mallia, joiden mukaan yleisradiotoiminta on järjestetty länsimaissa: valtiollinen, kaupallinen ja julkisen palvelun malli (2008, 42). Kaksi jälkimmäistä ovat suosituimmat mallit: käytännössä Yhdysvallat edustaa kaupallista mallia ja Eurooppa julkisen palvelun mallia. Kaupallisella mallilla kirjoittajat tarkoittavat yleisradiotoimintaa, joka on yksityisesti omistettua, mainosrahoitteista ja jonka käyttö on ilmaista, eli lupamaksuista vapaata. Julkisen palvelun mallissa yleisradiotoimintaa organisoivat toimijat, jotka on virallisesti irrallinen valtiosta, mutta joita säädellään ja jotka ovat suojattuja kaupallisilta paineilta. (Emt., 42.) Williams (1975, 34–37) tiivistää eron niin, että Britanniassa yleisradiotoiminta alkoi julkisen palvelun yleisradiotoiminnalla ja vasta myöhemmin peliin tulivat kaupalliset kilpailijat, kun taas Yhdysvalloissa kehitys alkoi kaupallisten kanavien toimesta ja myöhemmin markkinoita tuli tasoittamaan julkisen palvelun yleisradioyhtiö. Williamsin mukaan Yhdysvalloissa televisio- ja radiovastaanottimien valmistajat dominoivat myös sisällöntuotantoa ja maassa pyrittiin suojaamaan vapaa kilpailu valtion sekaantumiselta. Suojaus onnistuikin, sillä yhdysvaltalainen Public Broadcasting Corporation –yhtiö perustettiin niinkin myöhään kuin vuonna 1967.

2.1.2 Julkisen palvelun median kriisi 2000-luvulla

Se, mitä tällä hetkellä kutsutaan julkisen palvelun kriisiksi, on useiden muutosten summa. Kriisikehityksen voidaan katsoa alkaneen 1980-luvun kritiikistä, vaikkakin yleisradioita oli kritisoitu aiemminkin. Hellman (1999, 63–64) erottaa uuden kritiikin markkinalähtöiseksi. Kritiikki tiivistyi neljään väitteeseen: Yleisradiot eivät vastaa yleisön vaatimuksiin, yhtiöt ovat heikkoja vallanpitäjien edessä, yhtiöt vievät liikaa veronmaksajien rahoja ja vääristävät kilpailua. Pelkkä kritiikki ei yksinään siivittänyt yleisradioita kriisiin, vaan yhtiöiden koko toimintakentässä tapahtui muutoksia. Erittelen seuraavaksi itse tärkeimpinä muutosvoimina pitämäni tekijät: ensimmäisenä vapaan *kilpailun kasvun* mediajärjestelmissä, toisena *ajatuksen kuluttajuudesta* ja kolmantena *teknologisen kehityksen*.

Kilpailu televisiossa ja radiossa kasvoi 1980-luvulla, kun markkinatalouden todellinen rynnistys mediakentälle tapahtui Euroopassa. Tuolloin monissa Euroopan maissa kilpailu mediamarkkinoilla avautui kaupallisille toimijoille ja monissa maissa julkisen palvelun mediat

menettivät monopoliasemansa. Esimerkiksi Suomessa ensimmäiset luvat kaupallisille radioasemille myönnettiin 1985 (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 121). Se muutti kertaheitolla mediamaisemaa maassamme ja loi tilanteen, jossa Yleisradio joutui ensi kertaa kilpailemaan yleisöstään. Tarjonta lisääntyi ja 1993 kilpailu ulottui myös television puolelle, kun Yleisradion kahden kanavan rinnalle ilmestyi kolmas, kaupallinen kanava MTV3 (Hujanen 2010, 154). 1980-luvulta aloitettiin sääntelyn purku, jonka myötä yleisradioiden legitimizeetti, eli peruste olemassaololle muuttui. Hellman kirjoittaa, että ennen yleisradioiden monopolien purkua julkisen palvelun median asemasta päätti poliittinen eliitti. Toki yleisönkin mielihaluja punnittiin, mutta kilpailun puuttuessa ei yleisön suosiota ajateltu olemassaolon perustana. Sittenkin juurikin yleisön suosio on alettu nähdä toiminnan legitimoijana. (ks. Hellman 1999, 26–27.) Markkinaosuudellaan yleisradiot nimittäin pystyvät legitimoimaan eli perustelemaan koko palvelunsa tarpeellisuuden. Markkinatermein sanottaisiin, että palvelulle on kysyntää. Hellman tiivistääkin yleisradioiden legitimizeetin ja talouden kulkevan käsi kädessä: taloudellinen toiminta tuo toiminnalle uskottavuutta ja toisaalta oikeanlaisella ohjelmistolla voidaan kartuttaa uskottavuutta, joka taas takaa taloudellista tukea.

Hellmanin (1999, 27) mukaan nykypäivän yleisradioiden toimintaa leimaa useiden voimien ristiaallokko, jossa yleisradion pitäisi pystyä toimimaan. Jotta ymmärtäisimme paremmin tätä ristiaallokkoa, esittää Hellman yleisradioiden toimivan useilla eri markkinoilla. Tämä monella kentällä pelaaminen vaikuttaa siihen, millaisia päätöksiä yleisradioissa tehdään. Hellmanin mukaan yleisradioyhtiöt toimivat ensinnäkin teknologian markkinoilla, esimerkiksi ollessaan mukana digitaalisen verkon luomisessa. Toisekseen yleisradiot kilpailevat poliittisilla markkinoilla, eli sääntelyn ja päätöksenteon kentällä. Kolmanneksi yleisradiot kilpailevat muiden mediayhtiöiden kanssa. Neljännet markkinat ovat professionalismin markkinat, eli laadun ja tuotannon markkinat ja viidentenä yleisradioiden toimintaan vaikuttavat yleisömarkkinat, joilla punnitaan kuinka luotettu ja suosittu yleisradioyhtiö on. Kaikki viisi eri markkina-aluetta asettavat yleisradioyhtiölle erilaisia vaateita ja usein vaateet menevät myös ristiin. (Hellman 1999, 13–14.)

Yleisradioiden asema markkinoilla on siis muuttunut huimasti viimeisten kolmenkymmenen vuoden aikana. Jos ennen yhtiön olemassaolo riippui poliittisista päättäjistä, joutuu mikä tahansa yleisradioyhtiö nyt pelaamaan pelinsä oikein vähintään viidellä kentällä, jos se haluaa

pysyä kilpailussa mukana. 2010-luvulle tultaessa voidaan kuitenkin pohtia, ovatko julkisen palvelun mediat lähteneet kilpailuun mukaan liikakin. Ovatko ne mahdollisesti tehostaneet tuotantoa laadun kustannuksella (Lowe 2012, 13)? Yksi merkki laadun hiipumisesta on sisällön viihteellistyminen ja kotimaisen tuotannon vähentyminen, toisin sanoen ajautuminen tarjoamaan samankaltaisia sisältöjä kuin kaupallisilla kilpailijoilla. Lowe argumentoi, että liberaali markkinapolitiikka on jopa levinnyt sääntelyn puolelle. Vaikka viestintäyhtiöt ovat kasvaneet jättimäisiksi konglomeraateiksi, jotka harjoittavat niin sähköistä kuin printtijulkaisuakin ja omistavat siinä sivussa myös jakelukanavia, halutaan viestinnän sääntely pitää alakohtaisena. Sääntelyllä ei siis haluta puuttua markkinoiden toimintaan. (Lowe 2010a, 28–29.) Edelleen osana markkinoiden kasvua ja kovenevaa kilpailua ovat kaupalliset mediatoimijat pyrkineet ahdistamaan julkisen palvelun median toimijoita pienemmälle toimialueelle. Paine kaupallisilta toimijoilta näkyy myös julkisen palvelun median yhä kasvavana paineena perustella toimintansa, josta todisteena Lowe pitää uusia valvontamekanismeja, niin kutsuttuja *public value* -testejä. (Lowe 2010a, 32.)

Kaupallisten voimien lisäksi myös yleisö arvioi yhä kriittisemmin julkisen palvelun medioita. Vapaan markkinatalouden ideologian levitessä on kuluttajuus on nostanut päätään sellaisilla aloilla, joilla ennen puhuttiin kansalaisista. Myös julkisen palvelun kohdalla on pohdittu ovatko yleisöt kansalaisia vai kuluttajia, vai kenties asiakkaita. (ks. Lowe 2010a, 38–39.) Toisaalta ainakin Ylen kohdalla suomalaisten puhetavoissa kyseistä yhtiötä koskien voidaan havainnoida hämmennystä. Mäntymäen väitöskirjassa (2006) todetaan, että pohjimmiltaan ihmiset puhuvat valtiosta ja valtion roolista, kun puhuvat Ylestä. Sikäli siis Suomessa Yle yhdistetään edelleen vahvasti valtioon, mitä tukee suhtautuminen väistyneeseen televisiolupamaksuun. Lupamaksu kun koettiin veroksi jo ennen kuin se muutettiin oikeaksi Yle-veroksi (Mäntymäki 2010, 71). Samaan aikaan osa suomalaisista kokee Ylen myös laadun tuottajana ja näin yleisö voidaan nähdä laadun *kuluttajina* (Mäntymäki 2006, 147–178, painotus Anna Lehto).

Kuluttaja–kansalainen –erottelun lisäksi yleisö on muuttunut myös passiivinen–aktiivinen – jaottelussa. Ennen yleisö istui passiivisena vastaanottajana television pauhatessa, mutta jo digitelevision tulon myötä alettiin puhua interaktiivisista ohjelmista ja aktiivisesta yleisöstä. Yleisön interaktiivisuus ei toteutunutkaan kaksisuuntaisena katsoja–ohjelma –suhteena, vaan moniulotteisena verkostosuhteena, jossa internetin ja sosiaalisen median myötä yleisö jakaa

linkkejä lempiohjelmiinsa ja saattaa kommentoida ohjelmia netissä samanaikaisesti kun katsovat ohjelmaa. Internetin myötä yleisöstä on myös tullut aktiivisempi valitsija. Ohjelman voi esimerkiksi Yle Areenan tai SVT:n Playn tai kaupallisten vastaavien palvelujen, MTV3:n Katsomon tai Nelosen Ruudun kautta katsoa milloin vain ja valinnan varaa on lähes rajattomasti. On kuitenkin huomioitava, että vastaanottotutkimuksissa on havaittu katsojien tulkitsevan samoista ohjelmista eri asioita ja muodostavan omia merkityksiään (ks. esim. Ang 1985). Sinänsä yleisö ei siis ikinä ole istunut täysin passiivisena television edessä.

Viimeisenä suurena muutoksena viestintään liittyvä teknologinen kehitys on muuttanut mediajärjestelmiä. Itse asiassa teknologinen kehitys on ollut mediajärjestelmiä muokkaava voima aina, alkaen papyruksen käytöstä ja kirjapainon yleistymisestä. Yleisradioiden kriisissä keskitytään kuitenkin tuoreempiin teknologisiin muutoksiin. Muutoksen voi ajatella alkaneen jo videonauhureista ja satelliittikanavista (Hellman 1999, 32–33). Liki kaikkien viimeaikaisten teknologisten muutosten yhteisnimitystä on kuitenkin konvergenssi, joka on mahdollistanut saman sisällön jakamisen eri alustoilla. Konvergenssi on asettanut yleisradioyhtiöille paineita palvella yleisöjä, jotka vaativat yhä yksilöidympiä ohjelmia (Lowe ja Hujanen 2003, 9–14). Hujasen (2004) mukaan digitelevisioon siirtyminen 2000-luvun alussa kiihdytti muutosta edelleen ja muutti jopa yleisradioiden johtamista. Hänen mukaansa digitelevisioon siirtyminen muutti Yleisradion tuotantoon suuntautuneesta kulttuuri-instituutiosta ohjelmointiin suuntautuneeksi kulttuuriteollisuuden osaksi. Digitelevisio toisti konvergenssin logiikkaa ja sisällöistä saatiin kustannustehokkaampia, kun samaa sisältöä hyödynnettiin eri tavoin monilla eri alustoilla. Tässä yhteydessä julkisen palvelun media toimijasta tuli sisällön pakkaaja, muokkaaja ja jakelija.

Hujanen argumentoi, että 1990-luvulla julkisen palvelun mediassa siirryttiin ohjelmakartta-johtoiseen ajatteluun, jossa sisällöt kohtaisivat oikeat yleisöt. Ylessä 1994 siirryttiin ohjelmistojohtoiseen malliin, jossa ohjelmasuunnittelijat tilasivat tuottajilta sisältöä yleisölle, josta oli tullut julkisen palvelun median toimijoille enemmänkin kuluttajia (Hujanen 2004, 134–135). Digitaalisen television tulo 2000-luvun alussa lisäsi ohjelmatarjontaa ja televisiokanavia, jolloin julkisen palvelun media joutui yhä tiukempaan kilpailuympäristöön. Samaan aikaan myös uusi jakelukanavia ilmestyi mediakentälle. Julkisen palvelun media siirtyi sisältöjohtoiseen toimintatapaan vanhan kanavakeskeisen toimintatavan sijaan.

2.2 Suomi ja Ruotsi, päällisin puolin samasta perheestä

Kuten edellä esitettiin, elävät yleisradiot monella tavalla puun ja kuoren välissä. Jotta voisimme paremmin ymmärtää mikä on puu ja mikä kuori, otan käyttööni Hallinin ja Mancinin (2004) käsitteet poliittinen parallelismi ja pluralismi. Pluralismin pariaksi otan vielä diversiteetin käsitteen. Poliittinen parallelismi on yksi Hallinin ja Mancinin käyttämästä neljästä muuttujasta, joiden avulla he vertailivat eurooppalaisten ja pohjoisamerikkalaisten maiden mediajärjestelmiä. Poliittisen parallelismin lisäksi Hallin ja Mancini arvioivat myös mediamarkkinoiden muotoa, journalistista professionalismia ja valtion roolia mediajärjestelmässä. He päätyivät erittelemään eurooppalaiset mediajärjestelmät ja maat kolmeen eri malliin: Välimeren malli eli polaarinen pluralismin malli, Pohjois-Euroopan malli eli demokraattis-korporatistinen malli ja Pohjois-Atlantin malli eli liberalistinen malli.

Suomi ja Ruotsi sijoittuvat Hallinin ja Mancinin erottelussa demokraattis-korporatistiseen malliin. Mallia edustavissa maissa luetaan paljon sanomalehtiä, puoluepoliittinen lehdistö on ollut maissa vahva, journalistit ovat järjestäytyneet ammatillisesti ja valtio on vahvasti läsnä mediajärjestelmässä. Demokraattis-korporatistiset maat ovat maantieteellisesti lähellä toisiaan. Alueen muodostavat Pohjoismaat yhdessä Saksan, Itävallan, Sveitsin ja Benelux-maiden kanssa. Weibull (2007) toteaaakin, että mailla on ollut historiallisesti ja kaupallisesti vahvat siteet aina Hansaliiton ajoista alkaen. Kielellisesti useimmat maat ovat lähellä toisiaan ja maat ovat ensimmäisinä maina omaksuneet demokratian. Useimpia voidaan kuvailla sanalla hyvinvointivaltio. Suomen ja Ruotsin voidaankin sanoa olevan melkein samasta perheestä tai samasta puusta veistettyjä. Maat ovat keskenään ehkä jopa enemmän samankaltaisia kuin muut demokraattis-korporatistiset maat, sillä olihan Suomi aikanaan kuusisataa vuotta osa Ruotsia.

Yleisradioiden vankka asema on myös yksi demokraattis-korporatistisia maita yhdistävä tekijä. Hallinin ja Mancinin mukaan yleisradiot kehittyivät rintarinnan hyvinvointivaltion kanssa (2004, 164). Samaan aikaan yleisradioiden kriisi on kuumimmillaan juuri Pohjois- ja Keski-Euroopassa. Demokraattis-korporatistisissa maissa eli myös Suomessa ja Ruotsissa yleisradiot ovat itsenäisiä mediayhtiöitä, jotka yrittävät palvella yleisöään, mutta samaan aikaan yleisradiot ovat myös valtioon sidottuja toimijoita. Tiivistän asetelman puuksi ja kuoreksi. Olkoon puu poliittinen parallelismi, eli suhde valtioon ja kuori pluralismi ja diversiteetti, joita yleisradiolta vaaditaan, jotta se saavuttaa yleisönsä ja palvelee

mahdollisimman monia. Arvioin ensin pluralismia ja diversiteettiä suhteessa yleisradioiden yleisöihin, sisältöihin ja jakelukanaviin ja sitten parallelismia suhteessa yleisradioiden tehtävänmäärittelyyn ja rahoitukseen.

Käsitteet kuvaavat julkisen palvelun median syvintä sisäistä vääntöä: Yhtäältä yleisradio elää aina jollakin tavalla tiiviissä tai parallelissa suhteessa valtioon, sillä yleisradio on veroilla rahoitettu julkinen toimija. Siksi Yleisradion on tuotettava moniarvoisuutta, eli pluralismia perustellakseen olemassaolonsa. Monimuotoisuudella eli diversiteetillä taas tavoitetaan mahdollisimman suuri osa kansalaisista.

2.2.1 Poliittinen parallelismi kertoo kytköksistä valtioon

Vertailevassa mediatutkimuksessa poliittisella parallelismilla tarkoitetaan sitä, kuinka yhtäläinen mediajärjestelmä on puoluejärjestelmän kanssa (Hallin ja Mancini 2004, 27). Esimerkkinä voidaan esittää puoluelehdistö, joka Suomessakin aikanaan oli hyvin yhteneväinen puoluejärjestelmän kanssa. Esimerkiksi Maaseudun Tulevaisuus edusti keskustan, eli entisen maalaisliiton näkemyksiä ja Uusi Suomi edusti oikeaa poliittista laitaa. Hallin ja Mancini kuitenkin ymmärtävät poliittisen parallelismin laajemmin. Mediasisältöjen lisäksi parallelismia voi esiintyä organisatorisina kytköksinä, journalistien aktiivisuutena politiikassa joko yhtäaikaaisesti toimittajan työn kanssa tai uraputkenomaisena siirtymänä toimittajan työstä politiikkaan. Lisäksi parallelismi voi ilmetä yleisöjen jakautumisena ja lopulta myös journalistin roolissa ja tämän käytännöissä, tarkoittaen objektiivisuuden astetta ja sitä, kuinka kommentoiva ja analysoiva journalistin ote on. (Emt., 27–29.)

Hallinin ja Mancinin mukaan yleisradioilla on luonteensa takia vahvat poliittiset kytkökset. Myös yleisradioiden kytköksiä valtioon voidaan tutkia. Tällöin keskitytään erilaisiin malleihin, joiden avulla julkinen palvelu on järjestetty. Seuraavissa esimerkeissä puhutaan julkisen palvelun rahoituksesta, sääntelystä ja valvonnasta. Hallin ja Mancini esittävät esimerkkinä Humphreyn (1996, 155–158, ks. Hallin ja Mancini 2004, 30) erittelemät mallit, joista ensimmäisessä hallitus johtaa julkista palvelua, toisessa julkinen palvelu ikään kuin suojautuu politiikan vaikutuksilta vetoamalla journalistiseen professionalismiin, kolmannessa valta on julkisessa palvelussa jaettu parlamentaristisen edustuksen mukaisesti ja viimeisessä otetaan huomioon myös muita poliittisia toimijoita kuin puolueet, esimerkiksi ammattiyhdistykset. Kelly (1983, ks. Hallin ja Mancini 2004, 32) taas on eritellyt julkisen palvelun median kolmeen eri malliin, joissa ensimmäisessä vallanpitäjät eli hallitus hallinnoi yleisradiota, toisessa

yleisradio saa professionalismilla perustellen itsemääräämisoikeuden ja kolmannessa politiikka on ujutettu yleisradion toiminnan sisään siten, että kaikki tai useimmat poliittiset puolueet ovat yleisradion hallinnossa mukana.

Taulukko 1 Tapoja säädellä yleisradioiden sidonnaisuutta poliittiseen päätöksentekoon

Humphrey (1996)	Kelly (1983)	Poliittinen parallelismi
Julkinen palvelu hallituksen ohjauksessa	Politiikka "ylhäältä"	-Täysi poliittinen yhtäläisyys
Professionalismi suojana politiikalta	Muodollisesti itsenäinen	-Politiikka kokonaan poissa tuotannosta.
Parlamentaarisen edustuksen malli	Politiikka toiminnan sisällä	-Poliittiset toimijat mukana toiminnassa tasapuolisesti.
Korporatistinen tai siviili malli		-Jaettu valta. -Kevyempi poliittinen yhtäläisyys

Korporatistinen malli taas ottaa yleisradion hallintaan mukaan myös muita poliittisia toimijoita kuin vain puolueet. Esimerkiksi kirkko tai kansalaisjärjestöt voivat olla mukana vaikuttamassa yleisradion toimintaan.

Hallinin ja Mancinin mukaan mallit vastaavat toisiaan edellä esitetyn kaavion mukaisesti. Kaavio pyrkii myös esittämään Hallinin ja Mancinin ajatuksen, että kaikki esitetyt mallit ovat itse asiassa tapoja pyrkiä pitämään julkisen palvelun media vapaana valtakunnan politiikassa tapahtuvista muutoksista ja takaamaan monimuotoinen palvelu kansalaisille riippumatta siitä, kuka on hallitusvastuussa. Kuviossa keinot on esitetty poliittisen parallelismin muotoina. Missään maassa mallit eivät ilmene sellaisinaan, vaan useimmiten ovat hybridejä ja saattavat vaihdella olomuodoltaan. Esimerkiksi korporatistinen malli saattaa äkkiä muuntua parlamentaristiseksi, mikäli eturyhmillä on tiukat kytkökset poliittisiin puolueisiin. (Hallin ja Mancini 2004, 30–33.)

2.2.2. Pluralismi on moniarvoisuutta

Mediajärjestelmiä voidaan arvioida myös monimuotoisuuden, eli pluralismin kautta. Hallin ja Mancini (2004, 29) jakavat pluralismin ulkoiseen ja sisäiseen. Ulkoinen pluralismi on

mediajärjestelmätasolla olevaa moniarvoisuutta, toisin sanoen ulkoinen pluralismi on useiden yksittäisiä näkökulmia edustavien medioiden joukko. Tällainen mediajärjestelmä tahtoo väistämättä olla yhdenmukainen puoluejärjestelmän kanssa. Sisäinen pluralismi taas tarkoittaa moniarvoisuutta kunkin median sisällä. Sisäinen moniarvoisuus on etäisyyttä poliittisiin toimijoihin ja sisältöjen tasapainoisuutta. Päinvastoin kuin ulkoisessa pluralismissa, on sisäisen pluralismin mediajärjestelmässä vain vähän yhdenmukaisuutta puoluejärjestelmän kanssa. (Emt., 2004, 28–29.) Esimerkiksi edellä esitetty korporatistinen malli hallinnoida yleisradiota on moniarvoinen siinä suhteessa, että se ottaa mahdollisimman monet toimijat mukaan yleisradion toimintaan, mikä muodostaa suojan hallituksen tai muun yksittäisen vallanpitäjän tyranniaa vastaan.

2.2.3 Diversiteetti on monimuotoisuutta

Moniarvoisuutta lähentelevä käsite on diversiteetti eli monimuotoisuus. Van Cuilenburg (2007, 26) kuvaa diversiteettiä ihmisten tai asioiden moninaisuutena. Moninaisuus taas liitetään usein demokratiaan ja ideaan siitä, että mahdollisimman monen idean kilpaillessa, nousee paras idea väistämättä esiin. Median diversiteetti taas on median sisältöjen moninaisuutta (McQuail & van Cuilenburg 1983). Kuten pluralismia, voidaan diversiteettiäkin mitata sisäisesti ja ulkoisesti sekä eri tasoilla. Moninaisuutta voidaan esimerkiksi pohtia yhden televisio-ohjelman sisällä tai sitten koko mediajärjestelmässä. Moninaisuutta voidaan mitata joko reflektiivisenä moninaisuutena tai avoimena moninaisuutena. Reflektiivinen moninaisuus mittaa sitä, kuinka media suhteellisesti vastaa yleisön olemassa oleviin mieltymyksiin ja mielipiteisiin (esim. poliittinen suuntautuminen, uskonnollinen jakautuminen tai mieltymys erilaisiin ohjelmatyyppeihin). Avoin moninaisuus taas mittaa sitä, esitetäänkö eriäviä mielipiteitä ja mieltymyksiä laskennallisesti yhtä paljon. Avoimen moninaisuuden mittaamisen idea on estää median yksipuolistuminen ja taata kaikkien näkemysten esittäminen, jolloin toteutuu demokratiaan liitetty ajatus ideoiden kilpailusta. Avointa moninaisuutta on pidetty eurooppalaisena median moninaisuuden muotona. Van Cuilenburg liittyy eurooppalaiseen median moninaisuuden ihanteeseen myös yleisradioyhtiöiden vahvan läsnäolon. (van Cuilenburg 2007.)

Pluralismi ja diversiteetti tuova uudelleen pohdintaan kappaleessa 2.1.2 mainitun yleisradioyhtiöiden kaupallistumisen. Lowe (2012, 13) esitti, että julkisen palvelun

mediayhtiöt ovat ehkä lähteneet liiankin innokkaasti mukaan kilpailuun kaupallisten toimijoiden kanssa. Sisältöjen monimuotoisuudella saadaan tavoitettua laaja yleisö, jolla taas oikeutetaan yleisradioiden olemassaolo. Kuten aiemmin todettua, kuuluu julkisen palvelun eetokseen ja määritelmiin monimuotoisuus ja kaikkien tasavertainen palveleminen. Suurilla yleisöillä on helppo perustella palvelua tilastoihin vedoten. Syvertsenin (1997) mukaan kaikki tv-yhtiöt, niin julkiset kuin kaupallisetkin toimivat samalla logiikalla. Ne pyrkivät saamaan mahdollisimman suuret katsojamäärät, tarjoavat mahdollisimman paljon ohjelmistoa mahdollisimman matalin kustannuksin, turvaavat näin asemansa sekä yleisön että poliittisen eliitin silmissä ja valmistautuvat tulevaisuuden teknologisiin ja taloudellisiin haasteisiin. Kun otetaan vielä huomioon Baumolin tauti ja yleisradioiden taloudelliset paineet, voidaan pohtia, tarkoittaako yleisradioiden monimuotoisuus todella kaikkien palvelemista vai vain mahdollisimman suurien yleisöjen keräämistä toiminnan oikeuttamiseksi. Baumolin taudilla tarkoitetaan taloudellisen säästön kierrettä, jossa budjettia rajataan, halvat ulkomaiset sarjat syrjäyttävät kalliit kotimaiset tuotannot ja yksittäiset ohjelmat korvataan sarjatuotannoilla tai formaateilla. (Hellman 1999, 40.) Koska yleisradioiden on tarkoitus muun muassa tuottaa laatua ja palvella suuren yleisön lisäksi myös vähemmistöjä, voidaan monimuotoisuutta ja kotimaisuusastetta arvioimalla pohtia, ovatko nämä vaateet toteutuneet. Pluralismia tai diversiteettiä ei kannata analysoida vain yhden muuttujan kohdalla, vaan tavoitteenani on saada useiden muuttujien perusteella kuva siitä, missä ja millä tasolla moniarvoisuutta ja monimuotoisuutta esiintyy Suomen ja Ruotsin yleisradioissa.

2.3 Tutkimuskysymykset

Tämän työn tarkoitus on selvittää yleisradioiden olomuotoa ja roolia yhteiskunnassa 2010-luvun alussa. Tutkimus on normatiivista, josta lisää seuraavassa kappaleessa. Lähden selvittämään yleisradioiden olomuotoa pyrkimällä vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

1. Miten pluralismi, diversiteetti ja poliittinen parallelismi ilmenevät yleisradioiden toiminnassa?

a) Kuinka monimuotoista tuotanto on?

b) Millä tavoin ja kuinka tiukasti yleisradiot ovat sidoksissa valtioon?

2. Mitä maiden väliset yhtäläisyydet ja erot kertovat yleisradioiden kehityssuunnasta?

a) Mitä ratkaisuja yleisradiot ovat löytäneet yleisradioiden kriisiin?

Tutkimuskysymystäni lähestyn tutkimalla millainen yleisradioiden suhde on yleisöihin, kanaviin, sisältöihin, rahoitukseen ja tehtävänantoon. Erittely selkenee, kun muuttajat asetetaan Hellmanin (1999, 81–93) viisien markkinoiden teoriaan. Hellmanin mukaan niin yleisradiot kuin kaupallisetkin televisioyhtiöt toimivat viisillä markkinoilla, joilla ne kilpailevat, mutta joiden toimintaan ne myös vaikuttavat omalla toiminnallaan. *Teknologian markkinoilla* yhtiöt pyrkivät valmistautumaan tulevaisuuden teknologiseen kehitykseen. Teknologian markkinoilla ratkotaan esimerkiksi uusien jakelukanavien käyttöä. Arvioidessani Suomen ja Ruotsin yleisradioiden jakelukanavia, arvioin samalla yhtiöiden toimintaa teknologian markkinoilla. *Poliittisilla markkinoilla* yhtiöt pyrkivät legitimoimaan eli oikeuttamaan olemassaolonsa poliittisten päättäjien silmissä. Poliittisilla markkinoilla päätetään esimerkiksi kanavaluvista ja yhtiöiden valvonnasta. Eritellessäni yleisradioiden suhdetta valtioon, tehtävänantoa ja rahoitusta, erittelen samalla niiden roolia poliittisilla markkinoilla. *Liiketalouden markkinoilla* yhtiöt kilpailevat eri keinoin keskenään. Kilpailuun vaikuttaa esimerkiksi markkina-alueen koko. Arvioidessani yleisöosuuksia ja budjettia, arvioin myös yleisradioiden onnistumista näillä markkinoilla. *Professionalismin markkinoilla* kilpaillaan osaajista, mikä taas näyttäytyy tuotannon laatuna ja yleisön arvostuksena. *Suosion markkinoilla* taas punnitaan yleisön suosiota, jonka avulla yhtiö voi oikeuttaa olemassaoloaan. Tutkiessani kuinka arvostettuja yleisradioyhtiöt ovat, tutkin myös niiden pärjäämistä professionalismin ja suosion markkinoilla. Hellman alleviivaa, että viisien markkinoiden teoria on analyyttinen väline. Sen avulla voidaan kuitenkin arvioida monesta näkökulmasta paitsi yleisradioita, myös muiden toimijoiden vaikutusta yleisradioihin.

3.0 Metodi ja tutkimusperinne

Vertailun tarve on sisällä empiirisen tieteen tekemisen syvimmissä olemuksessa. Empiirinen havainnointi saa olemuksensa vasta, kun ilmiötä tai havaintoa verrataan johonkin, oli se sitten historiallista vertailua tai kulttuurista vertailua (esim. Øyen 1990). Yksi tieteen tekemisen tavoitteista on aina ollut löytää universaaleja, kaikkialla päteviä lakeja, joita ei ole voitu löytää ilman, että teoriaa on testattu eri tavoin ja tuloksia vertailtu. Tällöin vertailevaa tutkimusta käytetään teorian välineenä. Vertailevan tutkimuksen on itsessään sanottu olevan tyhjä

teoriasta. Siinä, missä useat tieteentekijät ottavat teorian lähtökohdaksi, on teoria vertailevaa tutkimusta suosiville tutkijoille tutkimuksen päätepiste. (Øyen 1990, 8.)

Vertaileva mediatutkimus ei paljon poikkea muusta vertailevasta tutkimuksesta. Edelsteinin (1982, ks. Livingstone 2003, 472) mukaan se on tutkimusta, joka vertailee jotakin muuttujaa kahdessa tai useammassa maassa. Vertailevan mediatutkimuksen kantateoksena pidetty *Four Theories of the Press* taas kuvailee vertailevan mediatutkimuksen primus motorina toimivan kysymykseen: ”miksi lehdistö on sellaista kuin se on?” (1956, 1).

Erottelen seuraavaksi vertailevan mediatutkimuksen historiaa ja lopuksi käyn läpi valtion roolia erilaisissa vertailevissa tutkimuksissa. Kohnin tukemana perustelen, miksi vertaileva tutkimus on omiaan juuri tässä tutkimuksessa.

3.1 Maailman myllerrys vaikuttaa mediajärjestelmien vertailuun

Mediajärjestelmien vertailun pioneeriteoksena on pidetty *Four Theories of the Press* -teosta (FTP) vuodelta 1956. Kirjassa kirjoittajat jaottelevat mediajärjestelmät neljään malliin: autoritaariseen, libertaristiseen, sosiaalisen vastuun malliin ja neuvostokommunismin malliin. Autoritaarinen malli on peruja renessanssin ajalta, jolloin lehdistö toimi lähinnä valtaapitävien tiedotuskanavana, toisin sanoen viestin suunta kulki ylhäältä alas, kruunulta kansalaisille. Libertaristinen malli kehittyi demokratian ja uskonnonvapauden ja muiden yhteiskunnallisten muutosten myötä maailmaan, jossa lehdistö toimi FTP:n kirjoittajien sanoin ”kumppanina totuuden etsimisessä”. Tätä mallia edustaa lehdistön kehitys USA:ssa ja Iso-Britanniassa. Sosiaalisen vastuun mallin kehitys yhdistetään median omistuksen keskittymisen aikaan. Sosiaalinen vastuu viittaakin vastuuseen puolueettomasta uutisoinnista, joka ei suosi mitään tahoja, ei edes median omistajan etuja.

Neuvostokommunistista mallia taas kuvataan sanoilla negatiivinen vapaus ja vallitsevan luokan väline, ja malli kytketäänkin autoritaariseen perinteeseen. (Siebert et al. 1956, 1–6.)

Huomaamme, että kuten kaikkeen tutkimukseen, sisältyy myös mediajärjestelmiä vertailevaan tutkimukseen historiasidonnaisia arvotuksia (esim. Teune 1990, 41).

Esimerkiksi FTP:ssä ruoditaan kovin sanoin kirjan julkaisuaikana vielä voimissaan ollutta sosialistista mediajärjestelmää ja ylistetään amerikkalaisen mallin vapautta (Hardt 1988, 132, Nerone 1995). Hanno Hardtin mukaan vertailevassa mediatutkimuksessa onkin oltava tarkkana, mihin mitään verrataan. Lisäksi on muistettava, että median tehtäviin ja muotoon vaikuttavat historialliset ja poliittiset syyt ja tapahtumat.

Heikkouksistaan huolimatta FTP esittää normatiivisen ja samalla vertailevan mediatutkimuksen syvimmän kysymyksen: *Miksi lehdistö on sellainen kuin se on?* Tähän kysymykseen kirjan tekijät pyrkivät vastaamaan vertailemalla maiden sosiaalisia ja poliittisia rakenteita, joiden he väittävät oleellisesti vaikuttavan kunkin maan mediajärjestelmään. Miksi media on sellaista kuin se on, on toiminut johtoajatuksena myös muille vertailevan mediatutkimuksen teoksille. Esimerkiksi vuonna 1992 julkaistu *Comparatively Speaking* (Rosengren) kokosi useita kirjoituksia, joissa vertailtiin mediaa myös järjestelmätasolla. Vaikka vertailevaa mediatutkimusta on harjoitettu kauan, kirjoittavat Hallin ja Mancini (2004, 1) mediajärjestelmiä vertailevan tutkimusperinteen olevan edelleen lapsen kengissään. Hallinin ja Mancinin teosta *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* (2004) onkin pidetty uutena avauksena tutkimussuuntaukseen, sillä poliittisen ympäristön muutos ja kommunismin kaatuminen vaativat päivitystä FTP:iin, joka tutki medioita maailmassa, jossa kommunismi oli yhä voimissaan. Yksi syy vertailevan mediatutkimuksen vaisulle suosiolle voi Hallinin ja Mancinin mukaan olla pitkä ajanjakso, jolloin oli suosittua keskittyä tutkimaan viestien vaikutusta yleisössä (2004, 4), mikä siirsi huomion pois muista tutkimussuuntauksista.

Mediajärjestelmiä voi vertailla eri näkökulmista, mutta yksi tutkimusperinnettä yhdistävä tekijä on valtio. Kohn on erotellut vertailevia tutkimuksia niiden suhteessa valtioon. Hän esittää neljä eri vertailevan tutkimuksen mallia, joista ensimmäinen käsittelee valtiota tutkimuksen aiheena, toinen kokeilee hypoteesia tai teoriaa eri maissa käyttäen valtiota tutkimuksen kontekstina, kolmannessa eri muuttujia verrataan maittain ja neljännessä valtio tulkitaan osaksi suurempaa järjestelmää. (Kohn 1989, 20–40.)

Ensimmäistä mallia, jossa valtio on tutkimuksen objekti ja tutkimuksen lähtökohta, Livingstone kuvaa kartoittavaksi, kuvailevaksi ja esiteoreettiseksi (Livingstone 2003, 493). Tällaista erottelua myös Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara kutsuvat tutkimuksen tarkoituksen selvittämiseksi. Heidän mukaansa tutkimus voi olla joko kartoittavaa, kuvailevaa, selittävää tai ennustavaa. Toisin kuin Livingstone, Hirsjärvi et al. erottelevat kartoittavan ja kuvailevan. Kartoittava tutkimus etsii uusia näkökulmia ja ilmiöitä ja kehittää hypoteeseja. Kuvaileva tutkimus esittää tarkkoja kuvauksia ja dokumentoi ilmiön keskeisiä piirteitä. Toisin sanoen kartoittava koskettaa jotakin uutta, kuvaileva pureutuu johonkin jo tunnettuun. (Hirsjärvi et al. 2004, 129–130.)

Kartoittava ja kuvaileva eivät kuitenkaan ole toisensa poissulkevia tutkimuksen tarkoituksia. Omassa tutkimuksessani pyrin ensin *kartoittamaan* yleisradioiden rahoituksen, jakelukanavat ja sisällöt Suomessa ja Ruotsissa. Seuraavaksi pyrin *kuvailemaan*, millaisen roolin yleisradio on ottanut kunkin maan mediajärjestelmässä edellä mainittujen muuttujien perusteella. Kolmanneksi toivon vielä löytäväni jonkinlaisia eroja maiden julkisessa mediapalvelussa, jotka puolestaan toimisivat kimmokkeina laajemmalle teoretisoinnille, eli hypoteesille.

Suomea ja Ruotsia on vertailtu lukuisissa tutkimuksissa. Kansainvälisessä mediatutkimuksessa Suomen ja Ruotsin yleisradioita ovat vertailleet ainakin Karina Horsti ja Gunilla Hultén (2008). He vertailivat monimuotoisuutta Suomen ja Ruotsin yleisradioiden ohjelmistossa ja yleisradioita koskevassa päätöksenteossa. Horsti ja Hultén peilaavat yleisradioiden monimuotoisuutta rajallisiin resursseihin ja toisaalta yleisradioille osoitettuun tehtävänantoon. Asetelma on tyypillinen normatiiviselle yleisradiotutkimukselle ja myös tämä opinnäytetyö toistaa osaltaan samankaltaista asetelmaa, tosin käyttäen eri muuttujia. Tässä opinnäytetyössä jäsentelen Suomen ja Ruotsin yleisradiotoiminnan eroja rahoituksen, tehtävänannon, yleisöjen, jakelukanavien ja sisältöjen kautta. Toivon löytäväni eroja, jotka edustavat yleisradion roolia yhteiskunnassa.

Juuri erojen ja samankaltaisuuksien etsiminen on myös Hallinin ja Mancinin tavoite heidän vertaillessaan eri maiden mediajärjestelmiä (2004). Hallin ja Mancini erottelevat kaksi päämäärää, johon vertaileva tutkimus voi pyrkiä. Ensinnäkin vertaileva tutkimus voi herkistää tutkijan eroille ja yhdenmukaisuuksille, jotka voivat havainnollistaa käsitteitä ja uudistaa niitä. Vertaileva mediatutkimus kyseenalaistaa mediatutkimuksen etnosentrisyyden ja mediajärjestelmien itsestänselvyydet ja mahdollistaa uusien ilmiöiden havaitsemisen ja käsitteellistämisen, mutta myös pakottaa pohtimaan käsitteiden universaaliuden rajoja. Toisekseen vertaileva tutkimus mahdollistaa sosiaalisia ilmiöitä koskevien hypoteesien testaamisen. Oman tutkimuksensa, jossa Hallin ja Mancini vertailevat länsimaisia mediasysteemejä, he sijoittavat ensimmäiseen päämäärään. (Emt., 2–5.)

Øyen kirjoittaa, ettemme voi havainnoida normeja ilman, että havainnoimme poikkeuksia normista (Øyen 1990, 4). Tarkoitukseni ei Suomen ja Ruotsin julkisen palvelun medioiden vertailulla ole määrätä normia, vaan ennemminkin pyrkiä löytämään eroja yhtiöiden tehtävissä ja suhteissa yleisöihin. Kulkiessani tavallaan väärinpäin eli aineistosta kohti

teoriaa, toivon huomaavani jotakin, joka ei ehkä ole mahtunut aiempiin teorioihin, tai jotakin, joka voisi antaa uutta näkökulmaa vanhoihin teorioihin.

3.1.1 Normatiivinen tutkimus on sidoksissa aikaan

Kirjassa *Normative Theories of the Media* (Christians et al. 2009) käsitellään median roolia demokraattisissa yhteiskunnissa. Kirja lähestyy aihetta erittelemällä neljä eri journalismiin liitettyä normatiivista perinnettä, neljä eri demokratian mallia ja lopulta neljä eri roolia, jotka media voi ottaa. Eri perinteet, mallit ja roolit ovat sidoksissa toisiinsa, mutta eivät yksioikoisesti. Kirjan hyöty onkin siinä, että se tarjoaa alustoja, joihin kokeilla eri maiden tapauksia. Vertauskuvallisesti voisi sanoa, että kirja on kuin laatikko, jonka reikiin voi kokeilla eri palikoita. Siksi erittelen lyhyesti kirjoittajien tarjoamia normatiivisia perinteitä seuraavaksi.

Kuten pioneeriteos *Four Theories of the Press*issä, lähestytään julkista keskustelua koskevia normatiivisia teorioita nytkin kronologisesti, sillä ”normatiivinen teoria legitimoii tietyn julkisen keskustelun mallin tiettyyn historialliseen aikaan sitomalla sen hyväksyttävään moraaliseen perustaan” (Christians et al. 2009, 73). Kronologian lisäksi teorit eritellään akseleilla itsevaltainen–osallistava ja yksimielisyys–monimuotoisuus. Korporatistinen perinne kumpuaa Antiikin kaupunkivaltioiden ajalta. Korporatistiselle perinteelle on tyypillistä maan itsevaltaisuus ja yksimielisyys. Se onkin tyypillinen yhteisöille, joissa on vähän kulttuurista monimuotoisuutta. Perinteelle on tyypillistä media, joka tekee yhteistyötä valtaa pitävien kanssa. Tietyt arvot, kuten valtion etu, uskonto tai esimerkiksi perhe ovat aiheita, joissa media mukautuu kansallisen edun nimissä. Korporatistinen perinne on yhä voimissaan esimerkiksi joissakin Aasian maissa ja islamilaisissa maissa. (Emt., 21–22.) Libertaristinen perinne taas juontaa juurensa myöhäiseen keskiaikaan ja renessanssiin. Se kiteyttää ajan, jolle oli tyypillistä vapauden kaipuu. Niinpä kaikkia rajoituksia ja valtion sekaantumista, kuten esimerkiksi sensuuria karsastettiin. Perinne on osallistava ja monimuotoisuutta korostava. Libertaristinen media taas toimii markkinalogiikan mukaan ja edustaakin yrittäjyyteen liitettyjä arvoja. (Emt., 23.) Sosiaalisen vastuun perinne pyrki taas korjaamaan libertaristisen äärimmäisen vapauden aiheuttamia vajeita viestinnässä ja yhteiskunnassa. Sosiaalista vastuuta voisi kuvailla valtiovallan varmentamana monimuotoisuutena. Mediakentällä nousi esiin vaatimus professionalismista. Yleisö vaati palvelua ja tarjontaa. Yleisradiot liitetäänkin usein sosiaalisen vastuun perinteeseen. (Emt.

24–25.) Tuoreimpana normatiivisena teoriana pidetään kansalaisosallistumisen perinnettä. Vain joitakin vuosikymmeniä vanha teoria korostaa, että media kuuluu ihmisille ja sen tulisi olla vapaata markkina- ja valtiovallasta. (Emt., 25.)

Normatiivista teoriaa voisikin kutsua ajanhengen määrittelemiseksi. Se on selittävä tekijä ja perusteet tietyllä tavalla järjestää viestintä tai median tehtävät tietyssä ajassa ja paikassa (Christians et al. 2009, 67). Mutta normatiivisella teorialla on myös käytännöllinen aspekti. Christians et al. (2009, 68) esittävät, kuinka viestinnän normatiivinen teoria ohjaa esimerkiksi viestintään liittyvää päätöksentekoa ja journalistien jokapäiväisiä valintoja. Vallitseva ajanhenki onkin pääteltävissä juuri arjen valinnoissa ja arvoissa. Siksi yleisradioidenkin olomuotoa on lähdettävä tutkimaan tämän päivän tekemisistä ja tilastoista.

3.1.2 Metodinen itsekritiikki: voiko tilastoja arvioida laadullisin menetelmin?

Tämän tutkimuksen aineisto koostuu pitkälti Suomen ja Ruotsin yleisradioiden tai näitä valvovien tahojen tuottamista tilastoista ja selonteista. On siis aiheellista pohtia, tekeekö tilastollinen lähestymistapa tutkimuksesta väistämättä kvantitatiivista? Samaan kysymykseen ovat törmänneet myös muut vertailevan tutkimuksen suosijat. Esimerkiksi Johanna Jääsaaren kirjoittaa väitöskirjassaan (2007, 123), että vertailevasta mediatutkimuksesta puuttuu usein vertaileva metodi, ja vertailu on toteutettu enemmän case-study –otteella kokoamalla samaa aihetta koskevia kirjoituksia eri maista. Jo aiemmin mainittu Horstin ja Hulténin tutkimus (2008) kärsii myös samasta metodisesta epäselvyydestä: toisaalta ote on vertaileva, mutta vertailu toteutetaan diskurssianalyysin keinoin. Kvalitatiivisessa, eli laadullisessa tutkimuksessa on päämääränä todellisen elämän kuvaaminen (Hirsjärvi et al. 2004, 152). Tavoite lähentelee aiemmin mainittua normatiivista tutkimusotetta, joka mediatutkimuksessa tarkoitti sen selvittämistä, miksi media on sellainen kuin se on. Molemmissa siis tutkitaan sitä, mitä oikeasti tapahtuu.

Vertailevassa tutkimuksessa on piirteitä niin kvantitatiivisesta tutkimuksesta (määrällinen mittaaminen, tilastollinen käsittely, numeerinen aineisto ja hypoteesien esittäminen) mutta myös kvalitatiivisesta tutkimuksesta (kokonaisvaltainen ilmiön hahmottaminen, kohdejoukon tarkoituksenmukainen valinta ja tapauksien ainutlaatuisuuden tunnustaminen) (Hirsjärvi et al. 2004, 131–155). Hallin ja Mancini (2004, 21) toteavatkin, että toisaalta poliittista parallelismia ja pluralismia voi mitata ja toisaalta ei. Toisaalta voidaan sanoa, että jokin maa on poliittisesti paralleli ja sidonnainen valtioon ja joku toinen ei. Mutta aina on pohdittava,

mihin maita verrataan, sillä nämä muuttujat ovat suhteellisia. Vertaileva tutkimus kallistuukin laadullisen tutkimuksen puolelle, ottaen kuitenkin avukseen kvalitatiivisen tutkimuksen käytäntöjä. Tässä opinnäytetyössä olen omaksunut niin sanotun on/ei ole –mittarin. Vertailemalla Suomea ja Ruotsia toisiinsa nähden, arvioin, onko esimerkiksi Suomen yleisradion rahoitus suhteessa Ruotsin yleisradion rahoitukseen poliittisesti sidonnaista vai ei. Tämä apukeino on auttanut pitämään tutkimuksen systeemiteoreettisella tasolla ja estänyt eksymästä liian yksityiskohtaiseen erojen tarkastelemiseen. Tämä tarkastelutapa palvelee erityisesti kartoittavaa tutkimusotetta.

3.2 Mediajärjestelmä osana systeemiteoreettista lähestymistapaa

Tämän tutkimuksen johtolause on, että erot Suomen ja Ruotsin yleisradiotoiminnassa edustavat eroja maiden yleisradiotoiminnan ja yhteiskunnan suhteessa. Koska Hallinia ja Mancinia jäljitellen tutkimukseni vertailu tapahtuu mediajärjestelmätasolla, paneudun seuraavaksi mediajärjestelmään käsitteenä ja mediajärjestelmän ja yhteiskunnan suhteeseen.

Median ja yhteiskunnan suhteita on pohdittu monin tavoin. Jo Raymond Williams yhdisti mediajärjestelmän rakentumisen erilaisille yhteiskunnallisille tarpeille (Williams 1975, 20–23). Erik Allardt on samoin erotellut yleisradiotoiminnan sidonnaisuuksia eri yhteiskuntamuotoihin. Hän erottelee kolme yhteiskuntamuotoa: maatalousyhteiskunnan, teollisen yhteiskunnan ja informaatioteknologisen yhteiskunnan. Allardtin pääteesi on, että yleisradiotoiminta on nimenomaan kansallista yhtenäisyyttä vaatineen teollisen yhteiskunnan tuote. Yleisradiotoiminta teollisessa yhteiskunnassa, joka eli kansallisvaltioiden kukoistusta oli *”kansanvalistukseen, yhdenmukaistavuuteen ja yhtenäiskulttuuriin pyrkivää.”* Kansallisvaltioihin eivät sopineet esimerkiksi kielelliset vähemmistöt tai etniset eroavaisuudet. Informaatioteknologista yhteiskuntaa Allardt kuvailee tiedon korostuneella merkityksellä, koulutuksen kasvulla ja työn ja vapaa-ajan eron katoamisella. Etnisyys ja kielelliset vähemmistöt nousevat taas tärkeiksi ja yksilölliset erot muodostavat moninaisuutta. (Allardt 1989.) McQuail puolestaan katsoo tulevaisuuteen kirjoittaessaan, että tulevaa (ja nykyään vallitsevaa) sosiaalista systeemiä kutsutaan informaatioyhteiskunnaksi, jossa on korkea ja yhä kasvava riippuvuus yksilöiden ja instituutioiden välillä (1992, 1).

Määrittelen seuraavaksi käsitteen mediajärjestelmä, ja sukellan sen kautta pohtimaan mediajärjestelmien ja yhteiskunnan suhdetta lähemmin.

Mediajärjestelmä on tietyn sosiaalisen tai poliittisen systeemin sisällä organisoitu ja toimiva media (Hardy 2008, 5). Hardy sijoittaa mediajärjestelmän käsitteen synnyn toisen maailmansodan jälkeiseen Eurooppaan, jolloin media oli monin tavoin linkittynyt valtioon. Valtio säätelä median toimintaa ylhäältä päin, monissa maissa valtiolliset yhtiöt tuottivat mediasisältöjä ja median yleisö oli pääasiallisesti valtion rajojen sisäpuolella. Hardy käyttääkin mediajärjestelmän käsitettä ensin kuvaillakseen ominaisuuksia, jotta ominaisuuksien keskinäisiä suhteita voidaan sitten arvioida. (Hardy 2008, 5–6.)

Mediajärjestelmän käsite lähentelee systeemiteoriaa ja funktionalismia. Erkki Berndtsonin mukaan *”systeemiteoreettisen ajattelun avulla voidaan hahmottaa yhteiskunnan osajärjestelmien toimintaa ja keskinäistä vuorovaikutusta.”* Osajärjestelmien toiminta riippuu niiden yhteiskunnallisista tehtävistä, eli funktioista. Talcott Parsons eritteli funktiot sen mukaan, mitkä tehtävät ovat yhteiskunnan olemassaololle välttämättömiä. Nämä ovat resurssien tuottaminen, päätösten tekeminen ja päämäärien saavuttaminen, kiinteydestä huolehtiminen ja jatkuvuuden ylläpito. (Berndtson 1992, 203–204.) Funktionalismiin kuuluu myös ajatus manifesteista ja latenteista tehtävistä (Kunelius 2003, 182–183). Edellisellä viitataan tehtäviin, jotka toimijat tunnistavat, eli ilmeisiin funktioihin. Esimerkiksi Yleisradio voi tietoisesti päättää lähettää linnanjuhlat joka vuosi ja kerätä suuren yleisön seuraamaan perinnettä ja näin rakentaa suomalaisten yhteenkuuluvuuden tunnetta. Latentti taas viittaa piileviin funktioihin, eli ilmiö saattaa täyttää tehtävää, jota varten sitä ei ole suunniteltu tai jota tekijät eivät tiedosta. Esimerkiksi Yleisradio saattaa lähettää keskustelua herättävän ajankohtaisohjelman, jonka seurauksena useat ihmiset eroavat kirkosta. Jälkimäistä esimerkkiä voitaisiin kutsua myös häiriöfunktioiksi, mikä viittaa siihen, että funktio jollakin tavalla häiritsee koko järjestelmän toimivuutta. Kuneliuksen mukaan (2003, 181–182) funktionalismiin kuuluu kolme kulmakiveä: ensinnäkin ajatus itseohjautuvasta systeemistä, toisena ajatus, että koko yhteiskunnan etu on sen kaikkien jäsenten etu ja kolmantena ajatus yhteiskunnan evoluutiosta. Yhteiskunta kun tahtoo kehittyä, ja tällöin sen osajärjestelmät ja tehtävät, joita osajärjestelmät ovat hoitaneet voivat myös kehittyä ja muuttua.

Teune varoittaa *parsonismin*, eli tiettyjen tarpeellisten tehtävien ajatuksen soveltamisesta vertailevaan tutkimukseen. Hänen mukaansa antropologiasta alun perin lainattu idea universaaleista tarpeista tulee helposti edustaneeksi rajoittunutta ja arvottunutta näkökulmaa, eikä sillä tulisi korvata teoriaa. (Teune 1990, 47–48.) Teunen ajatus pätee

varmasti tapauksissa, joissa tutkitaan laajoja kohteita, esimerkiksi kokonaisia poliittisia järjestelmiä, jolloin länsimaisen poliittisen teorian soveltaminen kulttuurisesti hyvin erilaiseen maahan voi johtaa arvoimperialismiin ja vääristyneisiin johtopäätöksiin. Tämän tutkimuksen kohteet eli yleisradiot ovat kuitenkin ensinnäkin berndtsonilaisittain niin vakiintuneita ja rajattuja yhteiskunnan osajärjestelmiä, että uskallan väittää funktionalismin soveltuvan niiden tehtävien arviointiin, varsinkin, kun tutkimuksen lähtökohtana ovat laissa säädetyt tehtävät mainituille instituutioille. Edelleen väitän, että on haastavaa vastata kysymykseen *mitä median tulisi tehdä*, ellei voida pohtia median nykyisiä tehtäviä, eli funktioita.

Myös aikaista vertailevaa mediatutkimusta Yhdysvaltojen ja Iso-Britannian televisioiden välillä tehnyt Raymond Williams yhdistää maiden mediajärjestelmien synnyn tarpeisiin (1975). Hän erottelee kommunikaatiokentän toiminnan ensin operationaalisiin, eli lähinnä mainonnan ja armeijan tarpeita tyydyttäviin toimintoihin ja näitä täydentäneeseen *broadcastingiin*, eli yleisradiotoimintaan, johon televisio kuuluu. Lehdistön synnyn Williams yhdistää poliittisen, sosiaalisen ja taloudellisen kriisin aikaan: poliittisella vallalla oli tarve viedä viestejä kansalle, joten varhaisessa lehdistössä olikin osin tiedottavaa sisältöä sekä mainostavaa sisältöä erilaisten kaupallisten tiedotteiden muodossa. Eritellen erilaisten yhteiskunnallisten muutosten suhdetta lehdistön muutokseen, Williams päätyy esittämään, että ennen ensimmäistä ja osin ennen toista maailmansotaa mediajärjestelmät koostuivat eriytyneistä kommunikaatiotarpeista tyydyttävistä toimijoista: lehdistö jakoi poliittista ja taloudellista tietoa, valokuva jakoi tietoa perheen ja yhteisön kesken, elokuva viihdytti ja puhelin välitti henkilökohtaisia viestejä. Yleisradiotoiminta syntyi tähän pirstaloituneeseen mediajärjestelmään ja sitä alettiin kutsua joukkoviestinnäksi, vaikka, kuten Williams huomauttaa, radion ja television olomuoto koteihin sijoitettavina laitteina, joita myytiin yksilöille, ei juurikaan tue joukkoviestinnän tai massaviestinnän ajatusta. (Williams 20–23, 1975.)

Hardyn (5, 2008) mukaan mediajärjestelmä koostuu kaikesta joukkoviestinnästä yhden sosiaalisen tai poliittisen systeemin sisällä. Mediajärjestelmiä voidaan lähestyä kolmesta eri näkökulmasta:

- 1) politekonominen näkökulma
- 2) median ja politiikan välinen suhde valtioissa

3) median sisältöjen tutkimus kulttuurisesta lähtökohdasta

Ensimmäinen näkökulmista keskittyy median tuottamiseen ja median ja muiden yhteiskunnan instituutioiden välisiin suhteisiin. Suuntaus on jakautunut liberaalia pluralismia edustavaan haaraan ja kriittisen politiekonomian haaraan. Toinen näkökulma on Hardyn mukaan valtio-opista periytyvä tutkimusote, joka on yhä yleisempi vertailevassa mediatutkimuksessa, jossa keskitytään lähinnä valtiollisten instituutioiden ja median erilaisiin suhteisiin. Kolmas näkökulma periytyy kulttuurintutkimuksesta, ja se keskittyy muun muassa semiotiikkaan, merkityksen muodostumiseen ja median vastaanottamiseen sekä käyttötapoihin. Kolmannen näkökulman ote onkin yleisölähtöinen siinä, missä kahdessa muussa liikutaan systeemitasolla. (Emt., 2008, 8.)

Oma tutkimukseni sijoittuu ensimmäiseen näkökulmaan, mutta saattaa ottaa jalansijaa myös toisesta näkökulmasta, varsinkin osioissa, joissa käsittelen yleisradiotoiminnan rahoitusta, jolloin on väistämättä pohdittava yleisradioiden sidonnaisuutta eduskuntaan ja valtioon. Tutkimukseni sijoittuu vahvemmin kuitenkin politiekonomian haaraan, jolla on suuntauksista pisimmät perinteet. Pohdin opinnäytteessäni vertailevan jaottelun kautta yleisradion roolia yhteiskunnassa ja yleisradion tehtäviä. Juuri politiekonomisessa suuntauksessa kiinnitetään huomioon siihen, mitä median tulisi tehdä ja miten se tulisi se tehdä. Täten tutkimus on normatiivista.

Politekonomian jakautumista liberaaliin ja kriittiseen politiekonomiaan Hardy havainnollistaa juuri julkisen median käsitteen avulla. Liberaalien mukaan yleisradioiden tulee kilpailla samoilla markkinoilla kuin kaupallisenkin median, eikä sen sovi häiritä vapaita markkinoita. Kriittinen ote taas puolustaa yleisradioita julkisen mielipiteen luomiselle välttämättömänä keskustelufoorumina ja ennen kaikkea tasa-arvoisena mediana, jonka viesteihin kellä tahansa on vapaa pääsy. (Emt. 2008, 8.) Tässä yhteydessä on sopivaa muistuttaa, että sanavapauslakiinhan kuuluu paitsi oikeus levittää viestejä, myös vastaanottaa niitä.

Mediajärjestelmää voidaan jaotella myös tasoittain. McQuail (1992, 96) erottelee mediajärjestelmän tutkimuksesta kolme tasoa: makrotason, mesotason ja mikrotason. Makrotasolla liikutaan koko mediajärjestelmän tasolla, eli puhutaan kaikesta mediasta yhden alueen, vaikkapa valtion sisällä. Mesotasolla liikutaan yhden mediasektorin tasolla, jolloin voidaan tutkia esimerkiksi päivälehtiä tai yleisradiota. Mikrotasolla taas tutkitaan yhtä

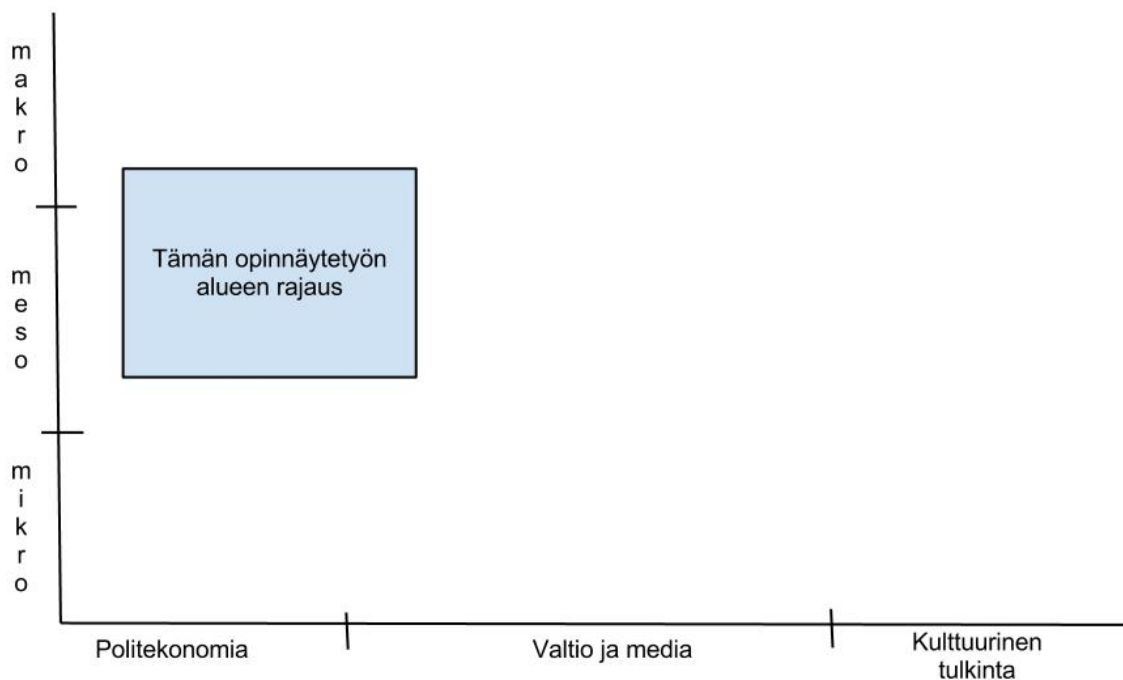
mediakanavaa, esimerkiksi tv-asemaa tai lehtikustantajaa. McQuailin mukaan suurin osa tutkimuksesta liikkuu mesotasolla, sillä sääntely tai sen suunnittelu koskee yleensä vain yhtä median haaraa kerrallaan. Tutkimus voi koskea esimerkiksi lehtien verotusta, jolloin lehtikustantajat ovat tutkimuksen painopiste. Mikrotason tutkimuksen valitsee McQuailin mukaan usein mediatoimija itse, halutessaan tutkia omaa toimintaansa. (Emt. 1992, 96–97.)

Yleisradiotoiminta sijoittuu operatiivisesti mesotasolle, mediasektorille, jossa Yleisradio ja SVT toimivat. Toisaalta julkisen palvelun media käsitteenä kurkottaa makrotasolle, josta se hakee muotonsa ja toimintatapansa, olivatpa ne sitten liberaalisti markkinalähtöiset tai kriittisesti demokratialähtöiset.

On huomattava, että McQuailin tasoerottelu on sinänsä ongelmallinen, että toimijat toimivat eri tasoilla samanaikaisesti. Jos mesotasolla tutkitaan jotakin tiettyä sektoria, vaikkapa lehtialaa, voidaanko samalla olla tutkimatta muita aloja? Esimerkiksi Helsingin Sanomat yhdisti vuonna 2012 tv-kanava Nelosen uutistoiminnan osaksi lehtitoimitusta. Tällöin täytyy määritellä uudestaan, millä sektorilla kyseinen uutistoimitus toimii. Erityisesti sektorin määrittely tällaisessa tapauksessa on tärkeää vertailevassa tutkimuksessa, mikäli vertailukohtana on tavallinen uutistoimitus ilman televisioyhteistyötä.

Selventääkseni Hardyn ja McQuailin tasojen yhteensopivuutta ja oman työni suhdetta näihin kahteen tasoon olen sijoittanut opinnäytetyöni rajauksen suhteessa Hardyyn (x-akseli) ja McQuailiin (y-akseli).

Taulukko 2: Opinnäytetyön raja



3.3 Valtiokeskeinen aineisto

Tutkimukseni aineisto koostuu pitkälti valtion tuottamasta tiedosta, toisin sanoen yleisradioyhtiöiden ja näitä valvovien tahojen tilastoista ja selonteista sekä lainsäädännöstä. Käyn tässä kappaleessa läpi myös, miksi vertailen juuri Suomea ja Ruotsia keskenään ja pohdin, mitä vaikeuksia tutkimukseni aineistossa voi tulla vastaan.

3.3.1 Valtio yksikkönä

Kuten jo todettua, valtio on vertailevan tutkimuksen keskeinen yksikkö. Teunen mukaan näin on ollut toisen maailmansodan jälkeen, jolloin maailmaan syntyi lukuisia uusia valtioita. 1900-luvun puolivälissä valtiota pidettiin jonkinlaisena ihmisiä yhdistävänä ja eroja poispyyhkivänä voimana. Kuitenkin vertailevassa tutkimuksessa ollaan tultu siihen päätelmään, että valtioiden hallituksilla on rajansa kansalaistensa yhdistäjänä. (Teune 1990, 41–43.)

2010-luvulla kansakunnat jatkavat pirstaloitumistaan. Nykyään elämme globaalissa maailmassa, jossa valtioiden vertailu on melkein pä paradoksaalista. Elämme maailmassa, jossa EU yhdentyy yhä tiukemmin ja ihmiset liikkuvat yhä enemmän. Bussilipun hinnalla voi suihkaista lentokoneella Euroopan toiselle laidalle. Myös mediakulttuuri yhtenäistyy vinhaa vauhtia, etenkin teknologisen kehityksen myötä. Amerikkalaiset ohjelmat ovat katsottavissa Suomessa vain hetki sen jälkeen, kun ne on lähetetty Atlantin toisella puolella. Valtion ottaminen keskeiseksi vertailun kohteeksi tuntuukin pyrkimykseltä pakottaa villi globalisaatio edes johonkin muottiin ja raamiin.

Edelleen valtio on hankala käsite, sillä valtio weberiläisittäin ”ihmisyhteisönä, joka (onnistuneesti) vaatii itselleen fyysisen vallan legitiimin käytön monopolia tietyllä alueella” on eri asia kuin kansa tai identiteetti: yhden valtion sisällä voi elää useitakin kansoja (Weber 1967, 77). Teune (1990, 39) erottaa valtion kansakunnasta. Jälkimäinen määrittäminen kielen, sosiaalisten, kulttuuristen ja poliittisten sidonnaisuuksien kautta.

Emme voi kuitenkaan paiskata hankkoja tiskiin vain siksi, että valtion rooli 2010-luvun maailmassa voidaan kyseenalaistaa lukemattomin tavoin. Teunen (1990, 40) mukaan mikro on aina sidoksissa makroon, kuten oikea on vasempaan. Samoin julkisen palvelun media on aina suhteessa valtionpolitiikkaan, vaikka tuo suhde muuttuisi ajan myötä. Vaikka olemme osa Euroopan unionia, turvaa itse asiassa Amsterdamin pöytäkirja vuodelta 1997 yleisradiotoiminnan osaksi jäsenvaltioiden suvereniteettia.

Jo se, että valtion rooli on kokenut muutoksia, merkitsee, että julkisen palvelun mediasta on myös löydettävissä muutoksia. Itse asiassa, mitä enemmän tutkittava osayksikkö on sidoksissa laajemman järjestelmän kanssa, sitä todennäköisemmin osayksikön piirteet edustavat laajemman järjestelmän piirteitä (Teune 1990, 50).

3.3.2 Suomen ja Ruotsin samankaltaisuus on tutkimuksen etu

Vertaileva tutkimus perustele tutkimukseen mukaan otettujen maiden valinnan usein heppoisesti (Livingstone 2003). Tästä syntyy väistämättä ongelmia. Esimerkiksi tutkimus, johon mukaan otetut maat on valittu sen perusteella, mistä maista on halukkaita tutkijoita, voi johtaa valtioiden kulttuurisen kontekstin moninaisuuteen, joka taas vaikeuttaa mahdollisten erojen selittämistä. Toisaalta liian samankaltaisten maiden valinta voi vaikeuttaa suurempien erojen havaitsemista.

Maiden valinnassa on syytä kiinnittää huomiota ainakin seuraaviin tekijöihin: tutkimuskysymykset, teoria, maiden lukumäärä, kulttuuris-poliittinen yhdenmukaisuus tai erilaisuus ja tutkimuskohteen, esimerkiksi jonkin osajärjestelmän vastaavuus. Livingstonen (2003, 486–487) mukaan maiden valinta riippuu tutkimuskysymyksestä.

Øyenin mukaan (1990, 8) suuri ryhmä vertailevaa tutkimusta harrastavista tutkijoista ottaa teorian tavoitteekseen, eivät lähtöpisteekseen. Teoria ei olekaan ainakaan kohnilaisen kuvailevassa tutkimuksessa välttämättä tutkimuskohteita määrittävä tekijä. Kohnin toisessa vertailevan tutkimuksen mallissa, jossa testataan hypoteesia, on teoria sitäkin todennäköisemmin yksi tutkimuskohteita määrittävistä tekijöistä.

Kahden tai kolmen maan vertailu on omiaan juuri teorian tai hypoteesin kehittämiseen (Peters 1998, 10). Tällöin on valittava kahden polun väliltä. Valitsemalla hyvin samankaltaiset tutkimuskohteet, voidaan saada ”selville jonkin riippumattoman muuttujan vaikutus riippuvaan muuttujaan vakioimalla mahdollisimman monta väliin tulevaa tai yhteismuuttujaa” tai valitsemalla mahdollisimman erilaiset kohteet voidaan pyrkiä esimerkiksi todistamaan jokin teoria vääräksi kokeilemalla sitä mahdollisimman erilaisissa järjestelmissä. Koska oman tutkimukseni tavoitteena on päätyä jonkinlaiseen hypoteesiin tai antaa viitteitä, joiden pohjalta hypoteesia voisi alkaa pohtia, istuu tutkimukseni ensimmäiseen malliin, jossa valitaan hyvin samankaltaiset vertailukohteet.

Tutkimuskohteiden vastaavuudella tarkoitan, että kohteet merkitsevät maissa samaa. Vastaavuus on yksi vertailevan tutkimuksen suurimmista kompastuskivistä. Vastaavuus tarkoittaa esimerkiksi sitä, että B-kirjain merkitsee kaikissa latinalaisia aakkosia käyttävissä maissa samaa. Mutta kyrillisissä aakkosissa B-kirjain ei merkitse laisinkaan samaa kuin länsimaissa. Venäjäksi B lausutaan kuten latinalaisten aakkosten V. Maailma on täynnä edellisen esimerkin kaltaisia harhaanjohtavia päällekkäisyyksiä. Asiaan perehtymätön saattaisi hyvinkin lähteä tekemään vertailua B:n ja B:n välillä näkemättä, että ne tarkoittavat aivan eri asioita eri maissa. Lähempänä yhteiskuntatieteitä on esimerkki äänestysaktiivisuudesta. Siinä, missä Suomen vuoden 2012 kunnallisvaaleissa äänestysprosentti oli vuonna 58,2, on se Belgiassa lähes aina vaaleista riippumatta yli 90. Olisi kuitenkin väärin tehdä johtopäätös, että belgialaiset ovat poliittisesti aktiivisempia kuin suomalaiset, sillä ero selittyy sillä, että Belgiassa on äänestyspakko. Teune (1990, 54) kirjoittaakin, että lähtiessämme vertailemaan jotakin, on meidän oltava aivan varmoja, että

vertailtavat kohteet merkitsevät samaa. Tavoite on kuitenkin haastava, sillä merkitykset ovat suhteellisia (Emt., 54).

Olenkin valinnut naapurimaat Suomen ja Ruotsin tutkimukseeni siitä syystä, että maissa on hyvin samankaltaiset kulttuuriset ja poliittiset perinteet sekä yhteinen historia. Kuten aiemmin mainittua, on maat luokiteltu jo aiemmassa mediajärjestelmiä vertailevassa tutkimuksessa samaan kategoriaan. Suomen ja Ruotsin yhtäläisyydet niin poliittisessa kuin kulttuurisessakin mielessä kiteytyvät Lennart Weibullin lyhyeen esittelytekstiin Ruotsista kirjassa *European Media Governance: National and Regional Dimensions* (2007):

”Ruotsi sijaitsee Pohjois-Euroopassa. --Maa on sosiaalisesti ja kulttuurisesti homogeeninen, mutta muuttuu vähitellen etenkin kaupunkeihin suuntautuvan maahanmuuton myötä. Ruotsia leimaa sen vahva hyvinvointivaltio. 1990-luvulla maa koki laman ja suuren työttömyyden. – Ruotsalaiselle politiikalle on tyypillistä vahvat puolueet ja järjestöt. Selkeä vasemmisto-oikeisto –linja erottelee ruotsalaisia, mutta hallituksen politiikka noudattaa kultaista keskitietä. Sosialidemokraatit ovat olleet johtavin puolue sitten 1930-luvun, mutta ovat vähitellen menettämässä asemiaan. Vuoden 2006 vaalien jälkeen muodostettiin ei-sosiaalidemokraattinen hallitus.”

Pitkä sitaatti on omiaan osoittamaan, kuinka yhteneväistä Suomen ja Ruotsin kehitys on ollut myös 1990-luvulla. Samat lamat ja maahanmuutot koskettavat molempia maita. Tosin sosialidemokraattien suosio on ollut Ruotsissa vankempaa kuin Suomessa. Molemmissa maissa on kuitenkin viime vuosina nähty arvoheilahdus oikealle, mikä on näkynyt porvarihallitusten muodostamisena ja populistipuolueiden suosion kasvuna. Maiden suurimpia eroja ovat kieli ja asukasmäärä. Ruotsissa on noin 9 miljoonaa asukasta, jotka puhuvat pääasiassa ruotsia ja Suomessa reilut 5 miljoonaa ihmistä, jotka puhuvat pääasiassa suomea, vaikkakin ruotsilla on laillinen asema maan toisena virallisena kielenä.

Maiden kulttuuris-poliittinen yhdenmukaisuus auttaa erojen syiden selvittämisessä. Tutkimukseni asettuikin Kohnin ensimmäiseen erotteluun, johon Livingstonen mukaan (2003, 484) asettuu varsin moni vertaileva mediatutkimus. Livingstonen mukaan malli on omiaan osoittamaan maan erityislaatuista, hän luonnehtii mallia kartoittavaksi, esiteoreettiseksi ja kuvailevaksi (emt., 483).

3.3.3 Tarkkuus on tarpeen tilastojen tulkinnassa

Tämän tutkimuksen aineisto koostuu pääosin vuotta 2011 kuvaavista tilastollisista aineistoista ja poliittisista päätöksistä. Yleisöjä, kanavia ja sisältöjä tutkin niin yleisradioyhtiöiden tuottaman tiedon kuin yhtiöitä valvovien laitosten tuottaman tiedon kautta. Samoin rahoitusta tarkastelen vuosikertomusten ja selvitysten kautta. Tehtävänantoa lähestyn lainsäädännön kautta, josta löytyy kunkin maan julkisen palvelun medialle osoitettu tehtävä.

Vertailevan tutkimuksen luotettavuuden suurin kysymysmerkki on muuttujien vertailukelpoisuus. Kulttuuriset tekijät voivat aiheuttaa tulkintaeroja varsinkin kvalitatiivisessa, mutta myös kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Siksi metodologinen standardisointi ja datan objektiivisuus ovat tärkeitä seikkoja, etenkin, mikäli vertailevaan tutkimukseen osallistuu useita tiimejä eri maista. (Esim. Livingstone 2003, 487–490.)

Jälleen on turvauduttava Suomen ja Ruotsin kulttuuriseen yhdenkaltaisuuteen. Valitsemalla naapurimaat, joilla ei ole vain satojen vuosien yhteinen historia, vaan jopa yksi yhteinen virallinen kieli, voidaan olettaa olevan mahdollisimman vähän eroja tilastollisessa mittaamistavassa. Tilastotietoja selatessani huomasin kuitenkin eroja maiden välillä. Esimerkiksi yleisöjen tavoitettavuus esitettiin Ruotsissa usein päivittäisenä lukuna, kun taas Suomessa suosittiin viikkotavoittavuuden esittämistä. Vuosikertomuksien kohdalla taas näyttää siltä, että niihin valitaan esitettäväksi se suurimmalta näyttävä luku. Edelleen tavoittavuuden mittaamisessa oli eroja. Ruotsissa televisiokanavien tavoittavuus tarkoittaa viiden minuutin yhtäjaksoista katselua (Mediemätning i Scandinavien, MMS), Suomessa minuutin (Finnpanel). Myös radionkuuntelun mittaamisessa on ero. Suomessa tavoittavuus tarkoittaa, että henkilö on kuunnellut radiota vähintään viisitoista minuuttia (Finnpanel), Ruotsissa viisi minuuttia (TNS-Sifo). Olen pyrkinyt ottamaan nämä mittaamistapojen erot huomioon aineistoa purkaessani.

4.0 Sisällöt ja yleisöt – enemmän on enemmän

Tässä osiossa erittelen yleisön ja yleisradioiden suhdetta tavoittavuuden ja markkinaosuuksien kautta. Erittelen myös yleisiä yleisöjä koskevia muutoksia molemmissa maissa. Sisällöt ja yleisöt edustavat yleisradioiden onnistumista liiketalouden, professionalismin ja suosion markkinoilla. Yleisradioilla on vankka jalansija molempien maiden mediajärjestelmissä, mutta ne joutuvat yhä enemmän kilpailemaan yleisöjen ja markkinaraostaan. Kun lukuja tarkastellaan pitkällä aikavälillä, on selvää, että yleisradiot ovat menettäneet markkinaosuuksiaan, vaikka joinakin vuosina voi esiintyä myös lievää vastakkaista kehitystä. Yleisradiot ovat suosittuja etenkin vanhemman väestön parissa, mutta ne kärsivät yleisön kaikkoamisesta uusiin välineisiin etenkin nuorten kohdalla.

Lukuja käsitellessä tulee ottaa huomioon, että Suomen ja Ruotsin julkisen palvelun yleisradiotoiminta on rakennettu eri tavoin. Suomessa julkisen palvelun yleisradiotoimintaa hoitaa Yleisradio, kun taas Ruotsissa toiminta on hajautettu kolmeen eri yhtiöön. Ruotsissa televisiotoiminnasta vastaa SVT, radiotoiminnasta Sveriges Radio eli SR ja näihin molempiin sisältöjä tuottaa Utbildningsradio. Organisaatioiden eroista enemmän kappaleessa 5.3.

4.1 Lähtökohtia: Yle, SVT ja SR pelaajina mediakentällä

Vuonna 2011 Suomessa Yleisradio harjoitti televisiotoimintaa neljällä televisiokanavalla (Yle TV1, Yle TV2, YleTeema ja Yle FST5). Lisäksi Suomen televisiossa on kahdeksan ilmaista kaupallista kanavaa, sekä lukuisia maksullisia kaupallisia kanavia, joiden tilaaminen on lisääntynyt vuosi vuodelta. Vuonna 2011 noin joka kolmannessa, eli noin 700 000:ssa tv-taloudessa tilattiin maksukanavia (Viestintävirasto 2011a, 30). Ruotsissa televisionkatsojilla on varaa valita 26 ilmaiskanavasta, joista SVT omistaa kuusi. Maksukanavat tavoittavat noin 70 prosenttia ruotsalaisista. Maksukanavien yleistyminen kertoo kilpailun tiukentumisesta molemmissa maissa. Niin Ruotsin kuin Suomenkin puolella yleisradiot ovatkin menettäneet markkinaosuuksiaan, mutta pitävät yhä suurta osuutta hallussaan. Suomessa kaikkien kanavien markkinajohtaja on Yle TV1 22,7 prosentin katseluosuudella. Toisena on MTV3 21,7 prosentin osuudella, ja kolmantena on Yle TV2 17,4 prosentin osuudella. Yhteensä Ylen neljää valtakunnallista kanavaa katsottiin 44,2 prosenttia television katseluajasta. (Yleisökertomus 2011.) Ruotsin puolella kilpailu markkinaosuuksista on vielä tiukempaa. SVT:n kanavien markkinaosuus oli 34,7 prosenttia. SVT:llä on kuusi valtakunnallista kanavaa: SVT1 (22,9%),

SVT2 (6,7%), SVTB (3,4%), Kunskapskanalen (0,9%) ja SVT24 (0,8%). Vielä 1994 SVT:n markkinaosuus oli 54 prosenttia, 2009 luku oli jo vajonnut 29 prosenttiin, joten muutamassa vuodessa osuutta on onnistuttu parantamaan hiukan.

Radion puolella suomalaisilla on valinnanvaraa yhteensä noin 20 radiokanavasta (riippuen asuinpaikkakunnasta). Vuonna 2011 Yleisradio hallinnoi kuutta valtakunnallista kanavaa, kaupallisia koko valtakunnan kattavia kilpailijoita oli seitsemän. (Yleisökertomus 2011.) Ruotsin Sveriges Radio, eli SR lähettää ohjelmaa neljällä valtakunnallisella kanavalla: P1, P2, P3 ja P4. Ruotsin kaupalliset radioasemat ovat pääasiassa paikallisradioita, vaikkakin neljällä-viidellä asemalla on erittäin kattava verkosto. (Weibull & Jönsson 2007, 173.)

4.2 Yleisöt

Niin Suomessa kuin Ruotsissa yleisradioyhtiöiden yleisöt koostuvat pääosin keski-ikäisistä ja sitä vanhemmista katselijoista ja kuulijoista. Nuoret eivät vietä pitkiä aikoja Ylen, SVT:n tai SR:n parissa. Molemmissa maissa yleisradioyhtiöt ovat ottaneet huomioon mediakentän muutoksen ja siirtäneet niin televisio- kuin radiosisältöjään sujuvasti nettiin. Vaikka yleisradioiden nettisivut ovat molemmissa maissa vierailluimpien sivustojen listoilla, ei yleisradioiden aktiivisuus netissä ole suoraan lisännyt nuorison suosiota.

4.2.1 Iäkkäät ovat innokkaita ruudun tuijottajia

Suomessa ja Ruotsissa televisiota katsellaan yhä enemmän, mutta toisaalta yleisö on yhä pirstaloituneempaa. Siinä, missä Ruotsin kuusi suosituinta televisiokanavaa hallinnoivat 80 prosentin markkinaosuutta vuonna 2006, oli luku neljä vuotta myöhemmin enää 69,4 (Mavise). Kymmenen vuoden tarkasteluperiodilla (2001–2011) televisionkatselu on kuitenkin molemmissa maissa lisääntynyt. Suomessa televisiota katsotaan hieman alle kolme tuntia, eli 2 tuntia 58 minuuttia päivässä (vrt. 2 tuntia 47 minuuttia vuonna 2001). Ruotsissa televisiota katsotaan vähemmän, keskimäärin 162 minuuttia, eli 2 tuntia 42 minuuttia päivittäin (vrt. 2 tuntia 28 minuuttia vuonna 2001). Mediakäytön muutosta havainnoidaksemme on eriteltävä televisionkatselua ikäryhmittäin. Niin Suomessa kuin Ruotsissa televisionkatselu on vähentynyt 15–24 –vuotiaiden parissa (Viestintävirasto 2011a, 29–30, MMS). Tuo ikäryhmä katsoi televisiota Suomessa tunnin ja 27 minuuttia, Ruotsissa tunnin ja 18 minuuttia päivittäin. Yleisradion kanavia kyseinen ikäryhmä katsoi vain 16 minuuttia, ruotsalaiset 15–24 –vuotiaat katsoivat SVT:n kanavia 11 minuuttia päivässä, muita kanavia 77 minuuttia (Yle vuosikertomus 2011, MMS). Finnpanelin mukaan itse asiassa

kaikkiaan neljässä ikäryhmässä (10–14 -, 15–24 -, 25–34 - ja 35–44 -vuotiaissa) television katselu on vähentynyt vuodesta 2010 vuoteen 2011. Kaiken kaikkiaan keskimääräinen televisionkatseluaika on Ruotsissa vähentynyt vuodessa neljällä minuutilla. Suomessa keskimääräinen aika ei muuttunut.

Taulukko 3: Television tavoitavuus ja markkinaosuudet

	YLE tv-kanavat	SVT tv-kanavat	Yle Areena	SVT Play
Viikkotavoitavuus	86 ¹	86 ³	noin 10 ²	28 ³
Päivittäinen tavoitavuus	60 ¹	78 ⁴	--	--
Share, markkinaosuus	44.2 ¹	34.8 ³	--	--

Taulukosta 3 selviää, että Yle ja SVT tavoittavat suurimman osan potentiaalisesta yleisöstään viikoittain ja yli puolet yleisöstä päivittäin. Yleisradioiden markkinaosuus, eli osuus kaikesta television katselusta oli Suomessa huomattavasti suurempi kuin Ruotsissa.

4.2.2 Yleisradioyhtiöiden radioasemilla vankka jalansija

Mediaympäristön muutoksista huolimatta radionkuuntelu on pysynyt tasaisen suosittuna Suomessa ja Ruotsissa. Ruotsalaisista 71,5 prosenttia (9–79 -vuotiaista) kuunteli radiota päivittäin, Suomessa radio tavoitti 75 prosenttia (yli 9-vuotiaista) päivittäin. Päivittäinen tavoitavuus on kymmenen vuoden tarkasteluperiodilla vähentynyt joitakin prosenttiyksikköjä. Nordicomien pitämien mediatilastojen mukaan Ruotsissa vuonna 2002 radio tavoitti 77 prosenttia kansalaisista, Suomessa 83 prosenttia (Nordicom).

¹ YLE Yleisökertomus 2011, 16–17

² YLE Yleisökertomus 2011, 27

³ Sveriges Televisions Public Service Redovisning 2011, 24

⁴ MMS Årsrapport 2011, 10

Keskimääräinen kuunteluaika Ruotsissa on 3 tuntia 10 minuuttia, Suomessa 3 tuntia 8 minuuttia (SR Public Service Redovisning 2011, 10; Yle Yleisökertomus 2011, 21).

Yleisradio on molemmissa maissa radion markkinajohtaja, tosin Ruotsin SR:llä on tiukempi ote radioaalloista kuin Ylellä. Suomessa Ylellä on 53 prosentin osuus, kun taas Sveriges Radiolla on 69,5 prosentin osuus markkinoista. Suomessa kaikkien radiokanavien markkinajohtaja on Yle Radio Suomi. Samainen kanava myös tavoitti yleisöä kaikista radiokanavista parhaiten. Ruotsin puolella kanava P4 on maan suosituin kanava, jota kuuntelee 30,2 prosenttia kuulijoista. Suomessa kaupalliset kanavat yhdessä tavoittivat viikossa 74 prosenttia suomalaisista, kun taas Ylen kanavat tavoittivat 63 prosenttia kansasta. (SR Public Service Redovisning 2011, YLE Yleisökertomus 2011.)

Taulukkoon 4 on koottu Sveriges Radion ja Ylen radiokanavien tavoittavuuksia. Ylen ja suomalaisten kaupallisten radiokanavien nettikuuntelua ei ole vielä vuoden 2011 aineistoissa pystytty selvittämään. Finnpanelin julkaisema Kansallisen radiotutkimuksen 2011 mukaan nettiradiota kuuntelee noin kymmenen prosenttia suomalaisista. Luku ei eroa ruotsalaisten nettikuuntelusta.

Taulukko 4: Radion yleisöt ja markkinaosuudet

	Ruotsi/SR	Suomi/YLE radiokanavat
Viikkotavoittavuus	74 ¹	63 ³
Päivittäinen tavoittavuus	47.5 ²	44 ³
Share, markkinaosuus	69.5 ²	53 ³
Nettikuuntelu/vko	10 ²	Noin 10
Nettikuuntelu kaupalliset	8,5 ¹	Noin 10

¹ TNS-Sifo Radiundersökningar rapport IV 2011

² Sveriges Radio public service -redovisning 2011, 9–13

³ Yle Yleisökertomus 2011, 21–22

Yleisradiot tavoittavat nuoret heikosti myös radion puolella. Sveriges Radion kanavia kuunteli päivittäin 15,7 prosenttia 9–19 –vuotiaista ja 35,4 prosenttia 20–34 –vuotiaista (SR public service –redovisning). Ylen radiokanavia kuunteli 9–14 –vuotiaista vuoden 2011 lopussa 23 prosenttia ja 15–24 –vuotiaista 24 prosenttia (Finnpanel). Ruotsissa tavoittavuuteen riittää viiden minuutin yhtäjaksoinen kuuntelu, kun taas Suomessa kanavaa pitää kuunnella vartti ennen kuin tavoittavuus huomioidaan. Saattaakin siis olla, että ero nuorten kuuntelussa on Ylen ja Sveriges Radion välillä vieläkin suurempi.

4.2.3 Yhteenveto suosion markkinoista

Sekä Suomessa että Ruotsissa julkisen palvelun media on suosituinta keski-ikäisten parissa. Suomessa Yle TV1 on johtava kanava yli 45 –vuotiaiden parissa, kun taas tätä nuoremmat suosivat eniten kaupallista MTV3-kanavaa (Finnpanel). Ruotsissa kaupallinen TV4 on 40–59 -vuotiaiden ryhmässä tasoissa SVT1-kanavan kanssa, mutta tätä vanhemmissa ero selkenee selvästi SVT:n hyväksi (MMS). Radion puolella julkisen palvelun median yleisöt ovat vieläkin iäkkäämpiä. Yli 55-vuotiaista suomalaisista enemmistö kuuntelee Ylen radiokanavia, Ruotsissa SR tavoittaa päivittäin enemmistön yli 50-vuotiaista (SR Public service redovisning 2011, 11, Yle Yleisökertomus 2011, 23).

Yleisradioiden ei voi sanoa pärjäävän nuorten suosioista kilpailtaessa. Vanhemmissa ikäluokissa yleisradioilla on etuna vankka perinne. Iäkkäämmät muistavat ajan, jolloin Yle tai SVT oli ainoa vaihtoehto. Menneisyys ja perinteet saattavat osaltaan vaikuttaa yleisradioiden suosioon. Tutkiaksemme tarkemmin suosiota, on tarkasteltava millaista sisältöä yleisradiot tarjoavat. Yrittävätkö ne tavoittaa nuoret vai vetoaako ohjelmisto vain keski-ikäisten ylittäneisiin?

Nuoret katsovat ylipäänsä vähemmän kaikkia televisiokanavia ja kuuntelevat vähemmän radiota kuin iäkkäät. Ruotsissa yli 60-vuotiaat katsovat televisiota 235 minuuttia, eli lähes neljä tuntia päivässä, mikä on yli kaksi kertaa enemmän kuin 15–24 –vuotiaat. Suomessa yli 65-vuotiaat katsovat televisiota neljä ja puoli tuntia päivässä, kun taas 15–24 –vuotiaat ennättävät viettää ruudun parissa hädin tuskin puolitoista tuntia. Nuoret hyödyntävät enemmän uusia mediakanavia: molemmissa maissa katsotaan yhä enemmän ohjelmia internetin välityksellä ja maksukanavilta. Neljä viidestä 15–24 –vuotiaasta suomalaisesta käyttää nettiä katsellakseen videoita tai televisiota ja lähes 40 prosenttia ikäluokasta käyttää

matkapuhelintaan samaan tarkoitukseen (Viestintävirasto 2011b, 11). Kaikista suomalaisista viidennes katselee viikoittain televisio-ohjelmia tietokoneelta (Yle Kertomus Viestintävirastolle 2011, 10). Internet on uudistanut myös radion kuuntelua. Netin välityksellä radiota kuuntelee 15,2 prosenttia ruotsalaisista (TNS-Sifo). Suomessa nettiradiota kuuntelee viikoittain 10 prosenttia suomalaisista (Viestintävirasto 2011a, 34).

Vuonna 2011 maksukanavia tilasi 700 000 suomalaista, kun edeltävänä vuonna 2010 maksukanavatilauksia oli 580 000. Ruotsissa maksutelevision tilaajia on reilusti yli kaksi miljoonaa taloutta (Mavise).

Osin Ylen ja SVT:n heikentynyt menestys nuorten parissa voi selittyä myös yleisradioiden tarjoamalla sisällöillä, joita erittelen seuraavaksi.

4.3 Sisällöt

Yleisradioyhtiöiden monopolien murruttua ne ovat joutuneet sopeutumaan kilpailun avaamiselle niin radion kuin televisionkin puolella. Yleisön ajasta kilpailevat nyt useat kaupalliset kanavat. Yleisradioille on tärkeätä pysyä kilpailussa mukana, sillä yleisön kiinnostus ja yleisradioyhtiöiden suosio legitimoivat niiden asemaa. Sekä Suomessa että Ruotsissa kaupalliset televisiokanavat hankkivat 1990-luvulla nopeasti itselleen markkinajohtajan aseman. Tämä kehitys kääntyi 2011, jolloin markkinajohtajiksi nousivat niin Suomessa kuin Ruotsissakin yleisradiokanavat. Hujanen, Weibull ja Harrie (2013, 24) kirjoittavat tämän käänteen tapahtuneen osittain sisältöstrategian uudistamisen takia. Suomessa ja Ruotsissa tämä on tarkoittanut yleisradiokanavien profilointia, sisällöntuottamisen uudelleen organisointia ja julkisen palvelun kanavien määrän lisäämistä. (Hujanen, Weibull & Harrie 2013, 24–25.) Sisältöstrategian uusiminen ja ajanmukainen sisällöntuottaminen ovat osa ammattitaitoa eli professionalismia. Samalla sisältö, ei hinta, on se asia, millä ilmaiskanavat kilpailevat keskenään. Onkin luontevaa, että sisältöjen kautta tutkiskelen yleisradioyhtiöiden kilpailukykyä professionalismin markkinoilla.

4.3.1 Molemmissa maissa kaksi yleiskanavaa ja erityisryhmille omat kanavansa

Yle on alan yleisen trendin mukaisesti profiloinut kanaviaan eri tavoin. Yle TV1 keskittyy uutis-, ajankohtais- ja asiasisältöihin, kun taas Yle TV2 esittää enemmän viihdettä ja urheilua. Vuonna 2010 Yle TV1:n tarjonnasta 61 prosenttia oli uutis-, ajankohtais- ja asiasisältöjä, Yle TV2:n tarjonnasta vain 20 prosenttia (Harrie 2013, 42). Muista kanavista Yle Teema on taas

2001 aloitettu asiaohjelmien kanava, jonka tarjonnasta kaksi kolmannelle on informatiivista sisältöä tai opetusohjelmaa ja loppuaika esitetään pääosin kotimaista fiktiota. Ruotsinkielinen tuotanto esitetään pääosin Yle Fem –kanavalla ja Yle HD taas kokoa teräväpiirtolähetykset. Digitelevisioon siirryttäessä Yle siirsi ruotsinkielisen tarjonnan omalle FST-kanavalleen, joka vuonna 2012 vaihtoi nimekseen Yle Fem. Syyskuusta 2011 kanavapaikka on jaettu SVT Worldin ja FST:n/Yle Femin kesken. Vuonna 2011 kanavan kokonaistarjonnasta 59% oli SVT Worldin tuottamaa, Yle Femin ohjelmaa esitettiin aamuisin ja iltaisin. (Yle Kertomus Viestintävirastolle 2011, 35–36.) Yhteistyö ei kuitenkaan näyttäisi vähentäneen kotimaassa tuotetun ruotsinkielisen sisällön määrää (Emt., 25). SVT Worldin sisältöjen käyttö ei pohjoismaisen sopimuksen takia aiheuta lisäkuluja Ylelle. Kaikesta Ylen televisiosisällöstä 16 prosenttia on ruotsinkielistä (Emt., 20).

Ruotsissa kanavia on myös profiloitu ahkerasti. SVT päätti profiloida johtavat kanavansa jo 2001: SVT1 keskittyy uutisiin ja viihteeseen ja SVT2 asiaohjelmiin ja vakavaan draamaan. Profilointi ei yllättäen näy uutis- ja asiaohjelmien tarjonnassa. Vuonna 2010 SVT2:n ohjelmistosta 54 prosenttia oli uutis-, ajankohtais- tai asiaohjelmia, SVT1:n tarjonnasta 49 prosenttia (Harrie 2013, 42). SVT eriytti lastenohjelmat omalle SVTB-kanavalleen vuonna 2002. Lisäksi SVT tuottaa Kunskapskanalen yhdessä UR:n, eli Utbildningsradion kanssa. UR on yksi kolmesta itsenäisestä yleisradioyhtiöstä ja vastaa opetusohjelmien tuottamisesta niin nettiin, radioon kuin televisioonkin. SVT24 taas aloitti ympärivuorokautisena uutiskanavana, mutta lähettää tätä nykyä myös suosittujen sarjojen uusintoja. (Hujanen, Weibull, Harrie 2013, 8–9.) Vuonna 2010 SVT24 ja SVTB siirrettiin samalle kanavapaikalle (Asp 2011, 11). SVTB esittää ohjelmaa noin aamuviidestä noin kahdeksaan illalla ja SVT24 kahdeksasta yön yli aamuun.

Vaikka julkisen palvelun medioiden sisällöt on hajautettu lukuisille kanaville, helpottaa tarkastelua kaikkien kanavien yhteenlasketut sisällöt. Yleisradioiden tuottamaa sisältöä onkin mielekästä tarkastella kokonaisuutena, eikä kanava kerrallaan.

4.3.2 Television sisällöt – uutisia, ajankohtaisohjelmia ja kulttuuria

Hellmanin mukaan markkinoiden muoto vaikuttaa yhtiöiden tarjoamaan sisältöön. Televisiokanavien markkinoilla vallitsee harvoin avoin kilpailu. Pikemminkin markkinoilla vallitsee usein monopolistinen kilpailutilanne, jossa yhtiöt tarjoavat samankaltaisia tuotteita ja jokainen tuote on saatavilla vain yhdeltä yhtiöltä. Esimerkiksi televisio-ohjelma on tarjolla

vain yhdeltä kanavalta. Kilpailutilanne saattaa myös olla oligopolistinen, jossa markkinoilla on vain muutama yhtiö, jotka kilpailevat tuotteillaan. Ja tietenkin televisiomarkkinat voivat olla myös vain yhden yhtiön kuten yleisradion hallussa. Jos markkinoilla toimii vain yksi yritys, pystyy se tuottamaan tasapainoisempaa ohjelmistoa kuin oligopolistisessa kilpailutilanteessa elävät yritykset yhteensä. Ellei sitten kanavia ole enemmän, jolloin suurempi kilpailu voi saada aikaan laajempaa monimuotoisuutta sisältöihin. (Hellman 1999, 44–45.) Näin ollen myös yleisradioiden sisältöihin vaikuttavat muiden televisio- ja radioyhtiöiden toiminta markkinoilla.

Verrattuina kaupallisiin kilpailijoihinsa, keskittyvät Suomen ja Ruotsin yleisradiot informatiivisiin uutis- ja asiasisältöihin, mutta tarjoavat myös valtavasti kulttuuriohjelmistoa. Vuonna 2011 kulttuuriohjelmistolla olikin leijonanosa (36,2 prosenttia) kaikesta Ylen televisiosisällöstä. Ylen kaikesta suomenkielisestä televisiotarjonnasta asiaohjelmistoa taas oli 26,6 prosenttia ja uutis- ja ajankohtaisohjelmia yhteensä 17 prosenttia. Viihdettä oli vähiten, 14 prosenttia sisällöistä. Sisällöistä 51 prosenttia oli kotimaisia. (Yle Vuosikertomus 2011, 32.) Sisältöihin vaikuttaa se, että Ylessä on siirrytty kanavakohtaisesta sisällöntuottamisesta kanavarajat ylittävään ajatteluun, jossa kolme yksikköä tuottavat ohjelmia niin televisioon, nettiin kuin radioonkin. Luovat sisällöt tuottaa asia-, kulttuuri- ja viihdeohjelmia, draamaa ja lasten ja nuorten ohjelmia. Uutiset ja ajankohtaistoiminta tuottaa nimensä mukaisesti uutiset, ajankohtaisohjelmat ja urheilun. Svenska Yle taas toimittaa kaiken ruotsinkielisen materiaalin. Ruotsinkielinen materiaali muuttaa hieman kokonaiskuvaa Ylen tuotannosta. Kun otetaan huomioon kaikki Ylen tuotanto, on suurin ohjelmaluokka asiaohjelmat (34 prosenttia) ja ulkomainen fiktio (21 prosenttia). (Yle Kertomus viestintävirastolle 2011, 16.)

Taulukko 5: Television ohjelmatunnit SVT

SVT television ohjelmatarjonta ¹				
	2010		2011	
	tunnit	prosentit	tunnit	prosentit
Uutiset	2227	10	2272	10
Fiktio	5242	24	6128	27
Viihde	3887	18	3417	15
Urheilu	2014	9	1317	6
Kulttuuri ja musiikki	1460	7	1580	7
Vapaa-ajan faktaohjelmat	1359	6	1872	8
Tiedefaktaohjelmat	1224	6	1412	6
Yhteiskunnalliset faktaohjelmat	3066	14	2934	13
SVT Forum	1558	7	1877	8
	22037	100	22809	100

¹ SVT Public Service Redovisning 2011, 61

Taulukko 6 Television ohjelmatunnit YLE

YLE Suomenkielinen televisiotoiminta ²				
	2010		2011	
	tunnit	prosentit	tunnit	prosentit
Uutis- ja ajankohtaisohjelmat	2702	15.9	2848	17
Asiaohjelmistot	4499	26.4	4473	26.6
Kulttuuriohjelmistot	6322	37.2	6077	36.2
Lastenohjelmat	1226	7.2	1327	7.9
Viihdeohjelmat	973	5.7	922	5.5
Urheiluohjelmat	1196	7	1028	6.1
Eriyhteistyöt	98	0.6	122	0.7
	17016	100	16797	100

Yleisradioyhtiöiden varsin erilaiset tavat luokitella ohjelmistonsa vaikeuttavat vertailua. Millaisiin osiin sisältö luokitellaan ja mikä ohjelma kuuluu mihinkin, vaikuttaa lukuihin. Onko esimerkiksi urheilu viihdettä? Tai konserttitaltioinnit? Taulukossa seitsemän olen pyrkinyt esittämään toisiaan vastaavat ohjelmaluokat vierekkäin. Tämä ei tarkoita, että taulukko olisi aukottoman vertailukelpoinen, mutta antaa karkean kuvan Suomen ja Ruotsin yleisradioiden televisiosisältöjen eroista.

² Yle Kertomus viestintävirastolle 2011, 23

Taulukko 7: Vertailua helpottava luokittelu televisio-ohjelmistoista

	Suomi Yle 2011³	prosent.	Ruotsi SVT 2011⁴	prosent.	
Uutiset ja ajankohtaisohjelmat	2848	14.2	3685	13.9	SVT:n uutiset ja SVT Forum
Asiaohjelmat (sis. opetus- ja tiedeohjelmat)	4473	22.4	6218	23.4	Faktaohjelmat
Urheilu	6077	30.4	1317	5.0	Urheilu
Lastenohjelmistot	1327	6.6	5343	20.1	Lastenohjelmisto
Kulttuuriohjelmisto	922	4.6	6128	23.0	Kulttuuriohjelmisto
Viihdeohjelmisto	1028	5.1	3417	12.8	Viihdeohjelmisto
Erityistehtävät⁵	3327	16.6	485	1.8	Vähemmistökielillä⁶ lähetetty ohjelmisto
YHT	20002	100	26593	100	

Selkein ero on urheilun, lastenohjelmien ja vähemmistökielten kohdalla. Vähemmistökielillä esitetyn sisällön ero selittyy sillä, että Ylen kohdalla sarakkeeseen on laskettu myös ruotsiksi esitetty tuotanto, joka yksinään on noin 16 prosenttia Ylen televisiosisällöistä. Vuosi 2011 ei ollut poikkeuksellinen urheiluvuosi, vaikkakin Suomi voitti jääkiekon MM-mestaruuden. Vuosi oli viimeinen, jolloin Yle lähetti kisat. Jääkiekkolähetykset ovat hieman saattaneet nostaa urheilun määrää Ylen kanavilla. Lastenohjelmien eroa selittää SVT:n lastenkanava SVTB. Samoin kuin Yle Femin kohdalla, nostaa oma kanava kyseisen sisällön määrää kokonaistarjonnassa.

SVT esittää enemmän ohjelmaa kuin YLE, mutta samalla on otettava huomioon, että ruotsalaisia on 9,5 miljoonaa ja suomalaisia 5,6 miljoonaa. Palveltavia katsojia on siis enemmän. Huomioitavaa on myös, että SVT:n tarjonnasta yli puolet, eli 65 prosenttia, toisin

³ Yle Kertomus viestintävirastolle 2011

⁴ SVT public service –redovisning 2011

⁵ Sisältää ruotsinkielisen ohjelmiston

⁶ Suomi, viittomakieli, saami, meänkieli ja romani chib

sanoen 14 732 tuntia oli uusintoja vuonna 2011 (SVT Public Service Redovisning 2011, 61). Ylen vuonna 2011 lähetetyistä 20 003 ohjelmatunnista 12 270 oli uusintoja, eli 61 prosenttia (Yle). Uutta ohjelmaa ei siis suinkaan tuoteta yhtä valtaisia määriä kuin mitä ohjelmatuntiluvut antaisivat olettaa, toisaalta maiden välillä ei ole suurta eroa uusintojen määrässä.

Kun pohditaan yleisradioiden asemaa professionaaleilla markkinoilla, on tarpeen ottaa huomioon myös kaupallisten kanavien tarjonta. Vuonna 2011 tehdyssä 12 suomalaisen kanavan selvityksessä tuli esiin, että asia/kulttuuri/lifestyle -ohjelmat ja viihde/kevyt musiikki/reality -ohjelmat olivat koko otannan kaksi suurinta ohjelmaluokkaa. Kaupallisten kanavien tarjonnasta viihteellä 60 prosentin ja faktaohjelmilla oli 38 prosentin osuus (LVM 2012, 30). Niin Ylen kanavilla kuin kaupallisillakin kanavilla esitetyimmät ohjelmaluokat ovat asiaohjelmat ja ulkomainen fiktio. Yle esittää hieman enemmän lastenohjelmia, ajankohtaisohjelmia ja uutisia kuin kaupalliset kanavat, jotka taas esittävät selkeästi enemmän viihdettä kuin Yle (LVM 2012, 31). Niin Suomessa kuin Ruotsissa niin kutsutut ensimmäisen aallon kaupalliset kilpailijat eivät ole kaukana yleisradiokanavista, kun ajatellaan uutis- ja ajankohtaisohjelmistoa. Suomessa MTV3:n ja Nelosen ohjelmistosta kolmannes on uutis- ja ajankohtaisohjelmistoa. Ruotsissa yleisradiokanavien kovimman kilpailijan TV4:n ohjelmistosta 20 prosenttia on uutis- ja ajankohtaisohjelmistoa. (Hujanen, Weibull ja Harrie 2013, 10.) Yleisradiokanavat ja niiden kovimmat kaupalliset kanavat lähestyvät siis tarjonnassa toisiaan.

Ruotsissa SVT:n tilanne kilpailijoihin verrattuna on vastaava kuin Suomessa. Kent Aspin tekemien selvitysten (2011) mukaan ruotsalainen tv-tarjonta on lisääntynyt kaikilla kanavilla, mutta samaan aikaan sisällön monimuotoisuus on vähentynyt, eli ohjelmatyyppien kirjo on suppeampi. SVT1:llä ja SVT2:lla on kuitenkin kymmenen vuoden tarkasteluperiodilla ollut yhtä paljon tarjontaa uutis- ja ajankohtaisohjelmissa kuin viihdeohjelmissakin. Samassa tarkastelussa huomioidaan, että ruotsalaisen ohjelmiston osuus on vähentynyt. Kaupallisten kanavien suurimpia ohjelmaryhmiä ovat tositelevision eri tyypit, sitcomit, tv-sarjat ja elokuvat. SVT erottautuu laajalla uutis-, asia- ja lastenohjelmistollaan (Asp 2011, 21). Silti sanomalehti Dagen uutisoi joulukuussa 2010 SVT:n ohjelmiston suppeudesta (15.12.2010). Lehdessä Kent Asp kommentoi Ruotsin julkisen palvelun median kaupallistumisen olevan kuitenkin myytti, jolle ei löydy todisteita. Artikkelissa SVT:n kanavajohtaja Thomas Nilsson

kommentoi Aspin löydöksiä. Nilssonin mukaan SVT:n on tarjottava katsottavaa kaikille, koska SVT:n rahoituspohja on kollektiivinen ja näin on perusteltavaa, että SVT esittää myös viihdepainotteista massoille suunnattua ohjelmistoa, kuten Ruotsin katsotuimman ohjelman musiikkikilpailu Melodifestivalenin, jossa valitaan vuosittain edustaja Euroviisuihin.

Itse asiassa niin Suomessa kuin Ruotsissa katsotuimmat ohjelmat on esitetty julkisen palvelun kanavilla. Suomessa seitsemän kymmenestä vuoden 2011 katsotuimmasta televisio-ohjelmasta esitettiin Ylen kanavilla ja Ruotsissa yhdeksän kymmenestä katsotuimmasta ohjelmasta esitettiin SVT:n kanavilla. Ylen esittämistä katsotuimmista ohjelmista kaksi oli uutislähetyksiä, kaksi urheiluotteluita, yksi MM-jääkiekon voittojuhla, yksi itsenäisyyspäivän vastaanotto, yksi vaalien tulosilta ja yksi Euroviisujen finaali. Ruotsissa katsotuimmat SVT:n lähettämät ohjelmat olivat viihdeohjelmia. Seitsemän oli Euroviisujen kotimaisia esikarsintoja (Melodifestivalen) ja yksi suosituimmista ohjelmista oli myös itse viisufinaali. Yksi katsotuimmista oli joka joulukuuta esitettävä Kalle Anka –piirretty ja yksi urheiluohjelma Mästarnas mästare. Katsotuimmat ohjelmat esitti Ruotsissa SVT1 ja Suomessa Yle1 ja Yle2. Näin ollen yleisradioiden kanavaperhe-ajattelusta huolimatta vanhat yleisradiokanavat vetävät suurimmat yleisöt. (Yle Yleisökertomus 2011, 20, MMS Årsrapport 2011, 5.)

4.3.3 Radion sisällöt: pääosin viihdettä ja musiikkia

Radioaaltojen avautuminen kilpailulle johti samanlaiseen kanavien määrän kasvuun ja kanavien profilointiin kuin televisionkin puolella. Radion puolella muutos tapahtui jopa aikaisemmin, sillä yleisradioiden monopoli alkoi murtua jo 1980-luvulla (Ruotsissa vasta 1993). Hujanen, Weibull ja Harrie kirjoittavat lähes kaikkien pohjoismaisten yleisradioiden vastanneen kilpailuun samanlaisella profiloinnilla: jokaisella yleisradioyhtiöllä oli yksi yleinen aikuisten kanava, jossa sekoitettiin puhetta ja musiikkia, yksi puhe- ja kulttuurikanava, jolla soitettiin klassista musiikkia ja yksi nuorisokanava, jolla soitettiin popmusiikkia. (Hujanen, Weibull ja Harrie 2013, 14.)

Suomessa maan kuunnelluin kanava Yle Radio Suomi vastaa ensimmäistä profilointia, Yle Radio 1 toista ja YleX kolmatta. Ruotsissa taas ensimmäistä kategorialaajaa vastaa sekä valtakunnallista että paikallista ohjelmaa lähettävä P4, toista kategorialaajaa vastaa P2 ja nuorten kanavan toimii P3. Molemmissa maissa on myös muita kanavia: pelkästään puheohjelmaa lähetetään Ruotsissa kanavalla P1 ja Suomessa Yle Puheella. Suomessa Yle lähettää FM-verkossa suomenruotsalaisille suunnattua ohjelmaa kanavilla Yle Vega ja Radio X3M.

Ruotsissa pitkälle profiloituja kanavia (esim. suomenkielinen Sisuradio) lähetetään joko pelkästään netissä tai DAB-digiverkossa.

Ylen radio-ohjelmien sisällöistä suurin osa on viihdettä, joka sisältää myös musiikin. Ylen ohjelmiston musiikkipitoisuus on yhtiön vuosikertomuksen (2011, 12) mukaan 45 prosenttia. SR:n musiikkipitoisuus sitä vastoin on jopa 58,5 prosenttia (SR Public Service Redovisning 2011, 27).

Taulukko 8: Radion ohjelmatunnit YLE

YLE sisällöt: radion ohjelmatunnit 2011⁷				
sis. FM-, Digi- ja nettilähetykset				
	tunnit	ruotsinkielisen ohjelmiston tunnit	Yht	%
Uutiset ja ajankohtaisohjelmat	21588	7036	28624	28.6
Asiaohjelmat (sis. Opetus- ja tiedeohjelmat)	4318	2292	6610	6.6
Urheilu	871	139	1010	1.0
Lastenohjelmistot	87	102	189	0.2
Kulttuuriohjelmisto	13645	3150	16795	16.8
Viihdeohjelmisto	30354	5109	35463	35.4
Erityistehtävät	11338	159	11497	11.5
YHT	82201	17987	100188	100

Taulukkoon kahdeksan on laskettu yhteen suomenkielisen ja ruotsinkielisen ohjelmiston osuudet. Mikäli ruotsinkielinen ohjelmisto laskettaisiin erityistehtäviin, korostuisi erityistehtävien osuus sisällöistä ja muut osuudet pysyisivät samassa järjestyksessä. Heti viihteen ja musiikin jälkeen eniten Yle esittää kuulijoilleen uutisia ja ajankohtaisohjelmia ja kulttuuriohjelmistoa. SR esittää niin ikään eniten musiikkia, seuraavaksi eniten yhteiskunnallisia ohjelmia ja uutisia ja kolmanneksi eniten kulttuuriohjelmia. Vertailua hieman hankaloittaa Ylen ja SR:n poikkeavat luokittelutavat, mutta on kuitenkin selvää, että

⁷ Yle Kertomus Viestintävirastolle 2011, 22–24. Erityistehtäviin sisältyvät saamenkieliset lähetykset, hartauslähetykset ja vieraskieliset lähetykset Yle Mondo –kanavalla.

SR esittää selvästi enemmän musiikkia kuin Yle, mutta että sisältöjen järjestys on molemmissa maissa sama. SR:llä on netissä ja digiverkossa merkittävästi enemmän kanavia kuin Ylellä, mikä näkyy sisällön lähes kaksinkertaisena määränä. SR:n kotisivuilla mainitaan neljän FM-kanavan lisäksi 13 kaupunkikanavaa tai kanavaa, jota voi kuunnella vain netistä tai digiradiosta. Omia nettikanavia on omistettu esimerkiksi lapsille ja maailmanmusiikille samoin saamelaisille on oma nettiradiokanavansa.

Taulukko 9: Radion ohjelmatunnit Sverige Radio

SR sisällöt: radion ohjelmatunnit 2011⁸		
sis. FM-, DAB ja nettilähetykset		
	tunnit	%
Uutiset	19080	9.8
Yhteiskunta	20415	10.5
lifestyle	4156	2.1
Palvelu	3223	1.7
Kulttuuri	14588	7.5
Viihde	11135	5.7
Urheilu	8091	4.1
Musiikki	113678	58.5
YHT	194366	100

Ruotsinkielinen ohjelmisto korostui Ylen radiokanavienkin ohjelmistossa. Ruotsinkielistä ohjelmaa lähetettiin liki 18 000 tuntia. Muita erityistehtäviä palvelevaa ohjelmistoa lähetettiin hieman yli 11 000 tuntia (ks. taulukko 8). Ylen mukaan tähän ryhmään kuuluu 2 280 tuntia saamenkielisiä lähetyksiä, 282 tuntia hartausohjelmia ja vieraskielisiä lähetyksiä Yle Mondo – kanavalla, joiden tuntimäärää ei ole eritelty, mutta jonka osuudeksi jäisi siis 8 776 tuntia. (Yle kertomus viestintävirastolle 2011, 22.) Ruotsin SR taas lähetti vähemmistökielillä yhteensä

⁸ SR public service –redovisning 2011, 25–27

18 776 tuntia ohjelmaa. Eniten lähetettiin ohjelmaa saameksi (9 648 tuntia) ja suomeksi (8 102 tuntia). Meänkielillä ja romani chibiksi lähetettiin joitakin satoja ohjelmatunteja. Lisäksi lähetettiin 1 560 tuntia muilla kielillä, esimerkiksi arabiaksi ja somalikielillä. (SR public service –redovisning 2011, 76–77.) SR palveli saamelaisia paremmin kuin Yle, toisaalta Yle näyttäisi palvelevan taas muilla kielillä paremmin kuin SR. Ja edelleen, jos otamme huomioon suuren ruotsinkielisen aineiston, keikahtaa vähemmistökielillä palvelun ykkössija tässä vertailussa Ylelle.

Yle taas häviää lastenohjelmissa SR:lle. Koko Ylen radio-ohjelmistosta suomenkielisiä lastenohjelmia oli 0,1 prosenttia eli alle sata tuntia. (Yle kertomus viestintävirastolle 2011, 22.) SR lähetti vuonna 2011 alle 12-vuotiaille suunnattua ruotsinkielistä ohjelmistoa 5 529 tuntia. Lisäksi se lähetti teineille 13–19 –vuotiaille 20 000 tuntia ohjelmaa, joskin kun tuo luku pilkotaan osiin nähdään, että yli 16 000 tuntia tuosta kakusta on musiikkia, jonka kohderyhmää on vaikea määritellä. Mutta vaikka teinien kohderyhmä jätettäisiinkin huomiotta, lähetti SR huomattavasti enemmän lastenohjelmaa kuin Yle.

Miten julkisen palvelun radioyhtiöt sitten pärjäsivät professionalismin markkinoilla? Verrattuna kaupallisiin kanaviin, esitti Yle kaupallisia vähemmän musiikkia. Luvanvaraisten radioiden sisältötutkimuksessa 2011 (Ala-Fossi 2011, 16–19) selviää, että valtakunnallisista radiokanavista esimerkiksi Radio Rockin ja Radio Suomi Popin ohjelmistosta puolet tai yli puolet on musiikkia. Puhetta oli Rockilla 20 prosenttia ja Popilla 28 prosenttia. Verrattuna kaupallisiin radioasemiin tuottaa Yle paljon asiaohjelmaa.

4.4 Jakelukanavat

Julkisen palvelun periaatteeseen kuuluu (Lowe 2010a, 26) paitsi sisällöillä palveleminen, myös palvelun saattaminen kaikkien saataville. Tässä yhteydessä tarkoitetaan yleisradion sisältöjen jakelukanavia. Arvioinkin seuraavaksi yleisradioiden toimintaa teknologian markkinoilla. Perinteisten jakelukanavien, kuten television antenni- ja kaapeliverkkojen ja radion FM-verkon ohessa sisällöt leviävät paitsi netissä myös digiradioverkossa ja tulevaisuudessa myös HD-verkossa. Kaikissa maissa käydään jatkuvaa keskustelua siitä, mitä teknologisia päätöksiä tehdään, ja yhtenä punnuksena keskustelussa on juuri palveluiden pitäminen kaikkien ulottuvilla. Tämä on yksi syy, miksi Yle ei esimerkiksi voi siirtyä pelkkään ohjelmiansa laajakaistajakeluun. Pääkaupunkiseudulla pelkkä laajakaistajakelu saattaisikin vielä toimia, mutta taajamissa ja maaseudulla laajakaista ei yksinkertaisesti ole kaikkien saatavilla ja lisäksi

4.4.1 Digitalisaatio toi profiloidut kanavat

Digitalisaatiosta puhuminen internetin aikakaudella voi tuntua vanhakantaiselta, mutta totuus on, että digitalisaatio on ollut viime vuosien varmasti eniten yleisradiotoiminnan muotoon vaikuttanut tekijä. Molemmissa maissa ensimmäiset suunnitelmat siirtymisestä digitelevisioon tehtiin jo 1990-luvun lopulla: Suomessa hallitus teki periaatepäätöksen vuonna 1996 ja Ruotsissa päätettiin asiasta vuotta myöhemmin. Lähetykset aloitettiin Ruotsissa 1999 ja Suomessa 2001. Ruotsissa ensimmäinen ajatus digitalisaatioon liittyen oli interaktiivisuuden lisääminen yleisön ja ohjelman välillä. Pian kuitenkin selvisi, että todellisuus ei pystynyt vastaamaan haaveisiin: laitteiden standardisointi ei onnistunut, valmistajat käyttivät erilaisia tekniikoita ja niin interaktiivisuus jäi toteutumattomaksi ideaksi. Suomessa kansaa taas puhututti siirtymän äkillisyys ja digiboksien ostopakko. Interaktiivisuuden sijaan digitalisaatio avasi yleisradioille mahdollisuuden luoda uusia kanavia. SVT ja Yle ovat molemmat sittemmin hyödyntäneet tätä mahdollisuutta luomalla profiloituja kanavia ja kanavaperheitä. Digitalisaatio myös edisti yleisradioiden identiteetti muutosta. 2000-luvun alussa SVT alkoi ajatella itseään televisioyhtiön lisäksi multimediatehtävänä, ja Ylen sisällöntuotannon uudistus kielii samankaltaista uudistumista. Digitalisointi saatiin päätökseen vuonna 2007, kun kaikki Ruotsin ja Suomen televisiokanavat olivat digitalisoituja. (Severson 2004, 79–86, TV-historia i årtal, Carlsson ja Harrie 2010, 112–115.)

Radion puolella digitalisointi ei ole sujunut aivan yhtä menestyksekkäästi. Samalla digiradio on oiva esimerkki siitä, kuinka julkisen palvelun on seurattava yleisön omaksumiskykyä, eikä vain teknologian kehitystä. Ruotsissa säännölliset lähetykset aloitettiin digiradiossa vuonna 1995. Vuonna 2011 SR:n ohjelmistosta 15,2 prosenttia lähetettiin digitaalisessa DAB-verkossa. SR:llä on kolme DAB-kanavaa, joita voi kuunnella digiverkon kautta: Sisuradio, SR Klassiskt ja SR Minnen. Noin 35% prosenttia ruotsalaisista on DAB-lähetysten piirissä, joten valtakunnallisesta verkosta ei vielä voi puhua. (Carlsson ja Harrie 2010, 111, SR, SR Public Service Redovisning 2011, 26.) Suomessa digiradiokokeilu aloitettiin koelähetyksin vuonna 1994 maanpäällisessä DAB-verkossa. Yksitoista vuotta myöhemmin DAB-verkossa toiminut digiradio lopetettiin. Vuonna 2011 antamassaan selvityksessä Viestintävirastolle Yle toteaa, että FM-verkolle ei ole näkyvillä kilpailijaa. Nykyiset radion ohjelmaluvat ovat voimassa vuoteen 2019. (Yle kertomus Viestintävirastolle 2011, 11.) Tätä nykyä Ylellä on ainoastaan digijakelussa DVB-T -verkossa yksi kanava, eli Yle Klassinen. Lisäksi DVB-T -verkosta kuuluvat myös FM-taajuksilla kuuluvat Yle Puhe ja Yle Mondo.

4.4.2 Internet-jakelun yleistyminen: Yleisradiot kehityksen kärjessä

Suomi ja Ruotsi ovat molemmat pitkälle kehittyneitä tietoyhteiskuntia, mikä näkyy internetin käytössä. Suomalaisista kodeista 88 prosentissa on internetliittymä ja mobiililaajakaistojen käyttö matkapuhelimissa kasvaa koko ajan. Yleisradiot ovat olleet internetin kehityksessä mukana alusta asti. SVT, SR ja UR julkaisivat omat nettisivunsa 1995 ja Yle vuotta myöhemmin (Carlsson ja Harrie 2010, 111–112). Ainakin aluksi Ruotsissa ajateltiin, että netti olisi kanava lisäsisällöille ohjelmien kyljessä ja samalla mahdollisuus dialogiin yleisön kanssa (Severson 2004, 79–84). Sittemmin internetistä on tullut paitsi kahdensuuntainen kommunikaation väylä sähköposteineen, myös ohjelmiston jakelualusta. Sveriges radion jakelualustoista FM-verkossa lähetetään eniten ohjelmaa (60,7 prosenttia), mutta heti seuraavaksi tärkein jakelualusta on netti, jossa lähetetään 24,1 prosenttia ohjelmatunneista. DAB-verkossa lähetetään 15,2 prosenttia ohjelmatunneista. (Public Service Redovisning 2011, 26.) Kymmenen prosenttia ruotsalaisista kuuntelee Sveriges Radiota netissä viikoittain (emt., 13). Kaupalliset radiokanavat taas tavoittavat 8,5 prosenttia ruotsalaisista viikossa (TNS-Sifo). Määrät ovat viime vuosina olleet tasaisessa nousussa, vaikkakin nettikuuntelu on edelleen marginaalista.

Taulukko 10: Internet- ja mobiilipalvelujen tavoitavuus ja markkinaosuus

	SVT Mobil-tv	Yle Mobiili	svt.se	Yle.fi
Viikkotavoitavuus	8 ¹	--	40 ²	noin 30 ³
Share, markkinaosuus	--	--	Top 15 ⁵	5. selatuin ⁴

Televisio- ja radio-ohjelmien mobiilijakelua matkapuhelinten välityksellä on kokeiltu molemmissa maissa, tosin Suomessa mobiili-tv hanke on kuopattu ja älypuhelinten yleistyttyä luotettu enemmän netin kautta tapahtuvaan mobiilijakeluun.

Yleisradiot lähettävät myös televisio-ohjelmia netin välityksellä. Molemmilla yleisradioyhtiöillä on omat nettitelevisiopalvelunsa, Ylellä Areena ja SVT:llä Play. Molemmat ovat saavuttaneet yleisöä, kymmenes suomalaisista on viikon aikana käyttänyt Areenaa ja Playtä on hyödyntänyt liki kolmannes ruotsalaisista (ks. taulukko 2).

Internet onkin kovaa vauhtia korvaamassa niin televisio- kuin radiojakuakin, tosin vain yleisradioiden ulkomailla näkyvissä ja kuuluvissa lähetyksissä. Suomen Yle siirsi vuonna 2011 radiokanavien jakelun kokonaan nettipalvelu Yle Areenaan ja lopetti satelliittijakelun Australiaan, Aasiaan ja Pohjois-Amerikkaan (Yle Kertomus Viestintävirastolla 2011, 36–37). Lisäksi vuonna 2013 Yle lopettaa TV Finland –satelliittikanavan jakelun, jolla oli loppuvaiheessa noin 1600 tilaajaa. Satelliittikanava SVT Worldia tilaa noin 6000 ihmistä ympäri maailman. Kanavalla on siis marginaalinen merkitys SVT:lle, tuottoa tilauksista on 10 miljoonaa kruunua, eli noin 850 000 euroa (SVT public service redovisning 2011, 48–49). Lopettamispäätöstä kanavan suhteen ei ainakaan vielä ole tehty. Sveriges radio puolestaan lopetti perinteisen jakelun ulkomaille 2010 ja tätä nykyä radion tarjonta on kuunneltavissa vain netin kautta (SR public service redovisning 2011, 78).

¹ SVT public service –redovisning 2011, 24

² SVT public service –redovisning 2011, 6

³ Yle vuosikertomus 2011

⁴ Yle vuosikertomus 2011

⁵ KIA-Index

4.5 Luottamus

Sisällöt ja yleisöosuudet kertovat, mitä katsotaan ja miten paljon. Mutta ne eivät kerro, mitä mieltä katsotuista ja kuunnelluista ohjelmista ollaan. Siksi tarkastelen suhtautumista yleisradioihin vielä luottamuksen näkökulmasta ja arvioinkin yleisradioiden peliä yhtäältä professionalismin toisaalta suosion markkinoilla. Niin Yle kuin SVT ja SR:kin ovat maissaan arvostettuja ja luotettuja. Lisäksi ne ovat selkeästi luotetumpia ja arvostetumpia kuin kaupalliset mediayhtiöt. Luottamusta ja arvostusta luodaan usein yrityksen brändillä, jolla tarkoitetaan mielikuvaa yrityksestä. Brändin hiomiseen julkisen palvelun mediatkin käyttävät energiaansa, ja ainakin Yle on ottanut sanan käyttöön Yleisökertomuksessaan (2011, 10). Mielenkiintoista on, että brändi ja siitä puhuminen liitetään yleensä tavaramerkkeihin tai yrityksiin, ei niinkään julkisen palvelun toimijoihin.

Suomalaiset luottavat Yleen, yritys on seitsemänneksi luotetuin instituutio Suomessa heti Punaisen Ristin jälkeen ja oikeuslaitosta ennen. Samassa kyselyssä kysyttiin luottamusta yleisesti mediaan ja tiedotusvälineisiin, ja ne sijoituivat kyselyssä alemmas, sijalle 13. (Yle Yleisökertomus 2011, 8). Eeva Mäntymäki esitti väistökirjassaan (2010), että ihmiset saattavat pitää Yleä yleishyödyllisenä ja tarpeellisenä instituutiona, vaikka eivät Ylen palveluita itse käyttäisikään. Samoin Ylen Yleisökertomus osoittaa, että Yleä pidetään merkityksellisenä yleisesti (47 prosenttia), vaikka vain neljäsosalle Yle on merkityksellinen heidän omassa mediankäytössään. Erityisesti iäkkäämpi väestö piti Yleä hyvin tärkeänä (Hujanen, Weibull & Harrie 2013, 25). Yhteensä 74 prosentilla suomalaisista on vahva luottamus Yleen ja vuonna 2011 Ylen uutisia piti hyvin luotettavina 87 prosenttia yleisöstä, kun taas johtavan kaupallisen kilpailijan MTV3:n uutisia piti hyvin luotettavina 71 prosenttia (Emt., 25).

Vastaavasti Ruotsissa on kysytty luottamusta eri instituutioihin ja yrityksiin. Kyselyssä Sveriges Radio sijoittui ensimmäiselle sijalle, perässään SVT, kolmantena oli Ikea. Yli 80 prosenttia pitää SVT:n ja SR:n uutistuotantoa tärkeänä ja lähes 80 prosenttia pitää samojen yhtiöiden kulttuurituotantoa tärkeänä. (SR Public Service Redovisning 2011, 17–18.) Myös Ruotsissa SVT on luotetumpi kuin kaupalliset toimijat. Yleisradioon luottaa 80 prosenttia ruotsalaisista kun taas johtavaan kaupalliseen kilpailijaan luottaa 55 prosenttia. Ero yleisradion ja kaupallisen kilpailijan välillä on huomattavasti suurempi kuin Suomessa. Radion puolella luottamus yleisradioon on vieläkin vankempaa: SR:oon luottaa 73 prosenttia

ruotsalaisista, kun vain 11 ja 12 prosenttia luottaa kaupallisiin asemiin Mix Megapoliin ja RIX FM:ään. (Hujanen, Weibull ja Harrie 2013, 24-25.)

4.6 Puuttuva diversiteetti, yleisradioyhtiöiden haaste

Niin Suomessa kuin Ruotsissakin pidetään yleisön suosiota yleisradioyhtiöiden toiminnan mittarina ja toiminnan legitimoijana. Yleisön suosio voidaan hankkia eri tavoin: yhtiö voi keskittyä ohjelmiin, jotka keräävät ison yleisön, tai yhtiö voi tarjota mahdollisimman monipuolista ohjelmaa kohdeyleisöille ja kerätä näin mahdollisimman laajan yleisön. Kyse on siitä, halutaanko tavoittaa suuri massa vai monimuotoinen yleisö. Sekä SVT että Yle ovat television puolella onnistuneet ainakin ensimmäisessä tavassa. Valtaosa suurista yleisöjä keränneistä ohjelmista on molemmissa maissa esitetty yleisradioyhtiöiden kanavilla. SVT tavoitti isot yleisöt esittämällä viihdettä ja Yle esittämällä valtakunnan tärkeitä tapahtumia ja uutisia. Yhtiöt pärjäsivätkin suosion markkinoilla hyvin. Yleisradioiden kyky kerätä suuria yleisöjä yksittäisten ohjelmien ääreen ei kuitenkaan kerro pluralismista. Sisältöjen ja yleisöjen pluralismi jää nimittäin niin Suomessa kuin Ruotsissakin uupumaan. Yleisöt, joita yleisradioyhtiöt keräävät ovat iäkkäitä ja ohjelmakartastot yhä yhteneväisempiä kaupallisten toimijoiden kanssa. Samankaltaisen ohjelmiston vastapainoksi yleisradioyhtiöt tarjoavat enemmän asia- ja ajankohtaisohjelmia kuin kaupalliset kanavat. Samankaltaistumisen trendi ei riipu yksinomaan yleisradioyhtiöistä, vaan suurimmat kaupalliset kanavat tulevat vastaan tarjoamalla aikaisempaa enemmän uutis- ja ajankohtaisohjelmia. Monimuotoisuutta tukisi keskittyminen erityisryhmiin: nuoriin ja vähemmistöihin. Näiden ryhmien palvelemisessa on tehty arvovalinta kanavien profiloinnin yhteydessä. Ruotsissa lastenohjelmilla on oma kanavansa ja Suomessa ruotsinkielisillä. Erityisohjelmiston oma kanava lisää kyseisen ohjelmiston tarjontaa. Radion puolella samoin. Ruotsissa toimiva suomenkielinen Sisu-radio lisää suomenkielistä tarjontaa ja Ylen kaksi ruotsinkielistä valtakunnallista radiota lisäävät ruotsinkielistä tarjontaa. SVT on hyödyntänyt uusia jakelukanavia erityisryhmien palvelussa ja aloittanut, joskin myös lopettanut esimerkiksi lapsille suunnattuja nettikanavia (SR public service –redovisning 2011, 85). Teknologian markkinoilla yleisradiot ovatkin päänavaajia ja innokkaita kokeilemaan uutta. SVT Play ja Yle Areena ovat suosittuja vaihtoehtoja katsoa televisiota. Samoin yleisradioiden nettisivut ovat molemmissa maissa suosituimpien listalla. Yleisöillä on vankka luottamus yleisradiotoimintaan molemmissa maissa, mikä kielii siitä, että yhtiöiden toimintaa ja sisältöjä arvostetaan. Tämä kertoo myös yleisradioyhtiöiden onnistumisesta professionaaleilla markkinoilla sekä liiketalouden markkinoilla.

5.0 Rahoitus ja tehtävänanto

Yleisradioiden roolia yhteiskunnassa säätelee tehtävänanto (engl. *remit*). Tehtävänannossa määritellään yleisradioiden velvollisuudet ja oikeudet sekä yleisradion rooli ja tarkoitus. Rahoitus taas määrittää hyvin pitkälti, millä resursseilla yleisradio voi tehtävänsä suorittaa. Näitä kahta muuttujaa arvioimalla pohdin yleisradioiden onnistumista poliittisilla markkinoilla ja sitä, kuinka hyvin yleisradiot ovat asemansa poliittisilla markkinoilla turvanneet. Rahoitus määrää yhtiöiden budjetin, mikä taas kertoo jotakin yleisradioyhtiöiden pärjäämisestä liiketaloudellisilla markkinoilla. Rahoitus on myös se osa yleisradiotoimintaa, joka on suoraan kytköksissä politiikkaan, sillä rahoitusmuodosta päättää Suomessa hallitus ja Ruotsissa riksdagen eli parlamentti. Samaan aikaan etäisyyttä valtioon voidaan ottaa organisaation muodossa. Esimerkiksi Suomessa yleisradio on osakeyhtiö, jonka osake-enemmistön omistaa valtio. Ruotsin kolmea yleisradioyhtiötä taas hallinnoi säätiö (Harrie 2013, 13).

Siirryn tässä kappaleessa viestintäpolitiikan alueelle. Hellman on kutsunut suomalaista viestintäpolitiikkaa pragmaattiseksi eli käytännölliseksi. Syy käytännönläheisyyteen piilee mitä todennäköisemmin suomalaisessa korporatismiin perinteessä, jossa päätöksentekoon otetaan mukaan puolueiden lisäksi eturyhmiä, kuten ammattiliittoja. Esimerkkinä korporatismista viestintäpolitiikassa Hellman antaa vuoden 1956 päätöksen, jolla perustettiin ensimmäinen kaupallinen televisiokanava Suomeen. Samalla pragmaattisuus on tarkoittanut myös käytännönläheistä arkea ideologisten valintojen sijaan. Esimerkiksi Yleisradion omissa linjauksissa 1960-luvulta ei mainita julkisen palvelun medialle ominaisia monimuotoisuutta tai sananvapautta, vaan pysytellään muissa aiheissa. (Hellman 1999, 134–136.) Kappaleessa 5.2.3 kerrotaan mitä yleisradiot itse mieltävät tehtävänsä nykyään. Elämmekö vieläkin pragmaattisuuden kautta?

5.1 Rahoitusmuoto on ideologinen valinta

Suomi siirtyi vuoden 2013 alusta rahoittamaan julkisen palvelun mediaa niin kutsutulla Yle-verolla lupamaksujen sijaan. Ennen siirtymistä verotukseen, Yleisradion toiminta rahoitettiin tv-maksuin. Vuonna 2011 televisiolupamaksu oli 252,25 euroa. Loppua kohden kansalaisten maksuhaluttomuus lisääntyi ja yhä useammat jättivät maksun maksamatta. Vuonna 2011 Ylen liikevaihto oli 415 miljoonaa euroa ja televisiolupamaksuja kerättiin reilut 460 miljoonaa euroa. Tv-maksun korvannut Yle-vero on noin 0,7 prosenttia tuloista, eli käytännössä 50–140

euroa vuodessa per henkilö. Siinä, missä tv-lupamaksu oli talouskohtainen, on Yle-vero henkilökohtainen, sitä maksavat kaikki (pois lukien aivan pienituloisimmat). Näin ollen Yleisradion nettobudjetti vuodelle 2013 on 454 miljoonaa euroa. (Yle Vuosikertomus 2011, 14, Yle toimintasuunnitelma 2013, vero.fi.) Verrattuna suomalaiseen mediajätti Sanomaan on Yle pieni pelaaja. Monimediayhtiö Sanoma omistaa sanoma- ja aikakauslehtiä, televisiokanava Nelosen ja radioasemia. Vuonna 2010 Sanoma teki 2,8 miljoonaa euroa voittoa. (Harrie 2013, 69.) Liiketaloudellisilla markkinoilla Yle siis ainakaan resurssiensa puolesta ole iso toimija.

Ruotsissa on pitkään pohdittu vaihtoehtoja rahoitusmallia lupamaksulle, mutta päätöksiä ei ole vielä tehty. Vuodesta 2009 lupamaksu on ollut 2076 kruunua, eli noin 245 euroa. Ruotsin yleisradiotoiminnan rahoitukseen vaikuttaa julkisen palvelun median rakenne. Niin SVT, SR kuin opetussisältöjä tuottava Utbildningsradio eli UR ovat omia yhtiöitään, joille Radiotjänst i Kiruna Ab (RIKAB) osoittaa vuosittaisen budjetin keräämistään lupamaksuista. Vuonna 2011 SVT:n osuus oli 3952,9 miljoonaa kruunua (noin 470 miljoonaa euroa). SR sai 2 574,1 miljoonaa kruunua (reilu 300 miljoonaa euroa) ja UR 10,9 miljoonaa kruunua (noin 1,3 miljoonaa euroa) (SVT public service redovisning 2011, 81, SR public service redovisning 2011, 101, UR årsredovisning 2011, 8). Prosentuaalisesti Radiotjänst on jakanut lupamaksuja niin, että SVT saa yleensä 57,73 prosenttia, SR 37,72 prosenttia ja UR noin 4,75 prosenttia (Förvaltningsstiftelse). Toisin kuin Suomessa, ei Ruotsissa ole havaittu suurta lupamaksuista luistavien joukkoa, vaikka pinnarien määrä hitaasti kasvaakin (Hulten 2010, 165). Ruotsin yleisradiotoiminnan malli, kolmen itsenäisen yhtiön pyörittäminen on omiaan lisäämään kuluja. Hultenin (2010, 162–163) mukaan Ruotsin malli siirtää keskustelun pois julkisen palvelun ytimestä, siitä, mitä julkisen palvelun tulisi olla, kun samaan aikaan kiistellään vuodelta 1978 peräisin olevan mallin ongelmakohdista. Verrattuna suureen ruotsalaiseen mediayhtiö Bonnieriin, on ruotsalainen yleisradioyhtiö liiketaloudellisilla markkinoilla pieni tekijä. Bonnier teki vuonna 2010 voittoa 3,2 miljoonaa euroa. (Harrie 2013, 69.)

Suomen siirtymä lupamaksusta verorahoitukseen osoitti, että lupamaksulla ja verotuksella kerätään melkein yhtä paljon rahaa yleisradion kassaan. Rahoituspolitiikan erot ovatkin ideologiset. Huomattavin ero Suomessa onkin se, että liki jokainen suomalainen osallistuu nyt Yleisradion rahoitukseen, kun lupamaksun aikaan vain televisiovastaanottimen omistajat olivat velvollisia maksamaan televisionkatselusta. Lupamaksu oli talouskohtainen, ei henkilökohtainen. Näkisin Yle-veron vahvistaneen Yleisradion kytköstä sekä yleisöön että

valtioon. Yle-vero aiheuttaa Yleisradiolle paineita tuottaa kaikkia tyydyttävää ohjelmistoa ja näin legitimoida olemassaoloaan ja Yle-veroa. Eeva Mäntymäki tutki väitöskirjassaan 2006 suhtautuivatko suomalaiset puheissaan Yleisradioon kansalaisina vai kuluttajina.

Lupamaksun aikaan kirjoitetussa väitöksessä osa yleisöstä jo suhtautui lupamaksuun kuin veroon, mikä kielii siitä, että ero maksutavassa ei ole yleisölle kovin suuri. Yle-veroon siirryttyämme olisikin paikallaan ottaa uudestaan esiin kysymys yleisöjen suhteesta Yleen, sillä mielestäni Yle-vero tuottaa jo rakenteellisesti yleisöstä enemmän kansalaisia kuin kuluttajia.

5.2 Tehtävänmäärittely

Yleisradioiden tehtävänmäärittely tapahtuu kolmella tasolla. Ensimmäiset raamit määrittelylle antaa Euroopan Unionin lainsäädäntö, josta tärkeimpänä Amsterdamin pöytäkirja vuodelta 1997. EU:n jälkeen tarkemman tehtävänmäärittelyn antaa kunkin maan lainsäädäntö. Lopulta yleisradiot osallistuvat itse tehtävänmäärittelyyn kirjaamalla omia strategioitaan ja tavoitteitaan esimerkiksi vuosikertomuksiinsa.

5.2.1 Euroopan Unioni

On oikeastaan hämmästyttävää, että yhtenäisessä Euroopassa, vapaalle kilpailulle perustetussa liitossa, on media-alalla näinkin vahvat julkisen palvelun toimijat. Vastaus kysymykseen miksi, löytyy EU:n arvomaailmasta. Viestintää on pidetty sellaisena palveluna, jolla ”on yleistä taloudellista merkitystä” (Mortensen 2010, 171). Joukkoviestimiä pidetään myös yleisesti demokratian edellytyksenä. Amsterdamin pöytäkirjassa vuodelta 1997 todetaan julkisen palvelun medioiden tukevan *yhteiskunnan demokraattista, sosiaalista ja kulttuurista kehitystä sekä median moniarvoisuuden säilyttämistä*. Lisäksi pöytäkirjassa lisätään EU:n perussopimukseen kohta, joka yleisesti on tulkittu kansallisena vapautena rahoittaa ja määritellä julkinen palvelu niin kuin kukin maa sen parhaaksi näkee. (Emt., 173.)

Kokonaisuudessaan pöytäkirja kuuluu näin:

KORKEAT SOPIMUSOSAPUOLET, jotka

KATSOVAT, että jäsenvaltioiden julkinen yleisradiotoiminta liittyy suoraan jokaisen yhteiskunnan demokraattisiin, yhteiskunnallisiin ja kulttuurisiin tarpeisiin samoin kuin tarpeeseen turvata viestinnän moniarvoisuus,

OVAT SOPINEET seuraavista tulkitsevista määräyksistä, jotka liitetään Euroopan yhteisön perustamissopimukseen:

Euroopan yhteisön perustamissopimuksen määräykset eivät rajoita jäsenvaltioiden toimivaltaa rahoittaa julkista yleisradiotoimintaa, siinä määrin kuin rahoitus myönnetään yleisradioyrittäjälle kunkin jäsenvaltion antaman, määrittelemän ja järjestämän julkisen palvelun tehtävän täyttämiseksi, ja siinä määrin kuin rahoitus ei vaikuta yhteisön kauppaa- ja kilpailuolosuhteisiin sellaisessa laajuudessa, että se olisi yleisen edun vastaista, kun samalla otetaan huomioon tällaisen julkisen palvelun tehtävän toteuttaminen.

(Euroopan yhteisöt 1997)

Ingves erottelee koko pöytäkirjan kolmeen tärkeään osaan. Ensimmäinen on jo mainittu yhteiskunnan demokraattisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kehityksen takaaminen. Toinen osa sallii yleisradioyhtiöiden tekemän mitä vain, kunhan ne eivät vääristä kilpailua suhteettomasti. Kolmanneksi pöytäkirjassa todetaan vielä, etteivät kilpailusäännöt saa rajoittaa yhtiötä suorittamasta yhteiskunnan sille antamaa tehtävää. (Ingves 2010, 185–185.)

Amsterdamin pöytäkirja turvaa yleisradioiden aseman markkinoilla. Mutta sittemmin on käynyt selväksi, että Amsterdamin pöytäkirjaa voidaan tulkita lukuisilla eri tavoilla. Ympäri Eurooppaa kaupalliset media-alan yhtiöt ovatkin hyödyntäneet pöytäkirjan aukkoja ja tehneet valituksia yleisradioiden kilpailua vääristävästä toiminnasta. Valitusvyöryyn tuloksena vuonna 2009 EU antoi uuden tiedonannon, joka tarkensi julkisen palvelun tehtävänmäärittelyä ja valvontaa. Tiedonanto edellyttää kolmea tiukennusta julkisen palvelun tuottamiseen. Ensinnäkin yleisradioyhtiöille annetun tehtävän pitää olla niin tarkka, että sen toteutumista voivat valvoa viranomaiset. Toisekseen julkisen palvelun taloutta tulee valvoa tehostetusti, esimerkiksi budjetin ylijäämä tulee maksaa takaisin tai se tulee ottaa huomioon seuraavan vuoden budjetissa. Kolmanneksi julkisen palvelun yhtiön tulee ottaa käyttöön uusien palveluiden ennakkoarviointi, jossa arvioidaan palvelun yleistä hyötyä ja vaikutusta kilpailijoihin. (Mortensen 2010, 179.) Ennakkoarviointia tehdään nykyään *public value* – testeillä, joilla arvioidaan uusien palveluiden vaikutusta. Esimerkiksi yleisradioiden nettisovellukset ovat tällaisia palveluita. Ennakkoarviointi on Suomessa annettu vuoden 2012 lainsäädännössä Yleisradion hallintoneuvostolle. Ruotsissa ennakkoarvioinnin tarve on kirjattu toimilupaehtoihin ja ennakkoarviointi lähetetään SVT:n hallitukselle ja valvovalle viranomaiselle, eli Myndigheten för radio och tv.

5.2.2 Kansallinen lainsäädäntö

Euroopan unioni säätelee yleisradioiden kilpailuasemaa markkinoilla, mutta jättää rahoitusmuodon ja sisällön kansallisesti päätettäväksi. Suomessa Yleisradion tehtävät määritellään laissa Yleisradiosta (ks. liite A) ja Ruotsissa laissa nimeltä Radio och tv-lag. Ruotsin yleisradiotoiminnalle myönnetään toimilupa, johon sisältyy toimilupaehtoja (liite C). Lisäksi Ruotsin yleisradion rahoitukseen sisältyy ehtoja, jotka määritellään *anslagsvillkor*-dokumentissa (liite B). (Statens offentliga utredningar 2005, 42–34.) Suomen Yleisradio taas on vapautettu toimiluvasta, eli sen asema niin poliittisilla kuin liiketaloudellisillakin markkinoilla on Ruotsiin verrattuna stabiilimpi. Yleisradio asema nimittäin kirjattiin lakiin jo vuonna 1993 eli samana vuonna kun televisiotoiminta avattiin kilpailulle (Hujanen 2010, 154). Nordicomin vertailussa Suomen ja Ruotsin tehtävänannot yleisradioita koskien näyttäytyvät samanlaisilta. Molemmat yleisradiot muun muassa tukevat demokratiaa, tuottavat uutisia, opetusohjelmia ja peilaavat yhteiskunnan monimuotoisuutta (Harrie 2013). Suomen Yleisradiota ei tosin vielä Nordicomin aineistossa vuodelta 2010 velvoitettu tuottamaan paikallista tai alueellista ohjelmistoa, mutta lainsäädännössä vuodelta 2012 tämä velvoite mainitaan. Sekä Suomessa että Ruotsissa lait muodostavat tehtävänannon yleisradiotoiminnalle ja lisäksi varsin selkeät velvoitteet ja tavoitteet julkisen palvelun medialle. Tarkassa erittelyssä nousee esiin hienoisia eroja teksteissä ja tehtävänmäärittelyssä.

Suomen laissa Yleisradiosta pykälässä seitsemän mainitaan tarkalleen, mitä yleisradiotoiminnan sisällön tulisi olla.

7 § ([19.8.2005/635](#))

Julkinen palvelu

Yhtiön tehtävänä on tuoda monipuolinen ja kattava julkisen palvelun televisio- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin. Näitä ja muita julkisen palvelun sisältöpalveluja voidaan tarjota yleisissä viestintäverkoissa valtakunnallisesti ja alueellisesti. ([10.8.2012/474](#))

Lisäksi pykälään seitsemän on kirjattu erinäisiä erityistehtäviä, yhteensä seitsemän kohtaa. Suomen laki pyrkii osoittamaan Yleisradion toiminnan universaaliksi niin maantieteellisesti (”jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin”—”niin valtakunnallisesti kuin alueellisesti.”) kuin sisällöllisestikin. (“--monipuolinen ja kattava julkisen palvelun tv- ja radio-ohjelmisto--”). Huomioitavaa on, että lain muotoilua on muutettu vuonna 2012. Sisällöstä puhuttiin nimittäin aiemmin täyden palvelun ohjelmistona. Nyt asia ilmaistaan varovaisemmin (“—monipuolinen ja kattava julkisen palvelun televisio- ja radio-ohjelmisto--”). Erityistehtävissä taas mainitaan

tarkasti lasten- ja nuorten ohjelmat, hartausohjelmat, ruotsinkielinen vähemmistö, romanit, viittomakielinen vähemmistö ja saamenkielinen väestö. Mainituista vain ruotsinkielistä väestöä tulee "kohdella yhtäläisin perustein" suomenkielisten kanssa, muille vähemmistöille tulee vain tuottaa palveluja. Lisäksi Yleisradion tulee tukea yhteiskuntaa muun muassa välittämällä viranomaistiedotuksia ja tukemalla kansanvaltaa. Lain piirtämä kuva yleisradiotoiminnasta on toisaalta monipuolinen, toisaalta laki keskittyy nimeämään tiettyjä tehtäviä, joita Yleisradion tulee hoitaa. Vaikka nämä erikseen nimetyt erityistehtävät ovat sellaisia, joita kaupalliset kanavat eivät välttämättä pidä ohjelmistoissaan, ei laissa suhteuteta julkisen palvelun median toimintaa kaupallisiin toimijoihin. Laissa ei esimerkiksi pyritä määräävään markkina-asemaan tai muutoin määritellä olemassaoloa suhteessa markkinoihin. Yleisradiota pidetään siis itsessään tärkeänä instituutiona.

Ruotsissa SVT:n, Sveriges Radion ja Utbildningsradionin tehtävänanto määritellään pitkälti toimiluvissa, joissa määritellään niin tavoittavuutta kuin sisältöjäkin. SVT:n sisältöä määritellään 12 kohdassa verrattuna Suomen kahdeksaan kohtaan. Toimilupa määrittelee toimintaa myös tarkemmin kuin laki Suomessa. Esimerkiksi SVT1:n ja SVT2:n lisäksi tulee SVT:n lähettää kahta muuta ohjelmapalvelua koko maahan. Näiden ohjelmapalveluiden tulee lähettää vähintään 50 tuntia ohjelmaa viikossa. Lisäksi kohdassa ilmoitetaan, että koko maan kattavuus tarkoittaa, että 99,8 prosenttia maan asukkaista voi vastaanottaa lähetyksiä.

Sisältöjä koskevassa pykälässä seitsemän laaditaan raamit SVT:n sisällöille.

7 §

SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. Hög kvalitet och nyskapande form och innehåll ska utmärka programverksamheten.

Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och som helhet präglas av folkbildningsambitioner. SVT ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar.

Tavoitteena on siis tarjota monipuolista ohjelmistoa, joka tarkoittaa niin laajaa tarjontaa kuin erityisiä ohjelmatyyppejä. Kuten Suomen laissa Yleisradiosta mainitaan myös SVT:n toimiluvassa kansansivistys ja vapaa mielipiteen muodostus. Kohta kuvastaa niin EU:n kuin politiikan tutkijoidenkin käsitystä tiedonvälityksestä demokratian pohjana.

Toimiluvassa mennään paljon Suomen yleisradiolakia yksityiskohtaisemmalle tasolle. Esimerkiksi SVT:n on huolehdittava ruotsin kielen asemasta yhteiskunnassa. SVT:lle annetaan myös mandaatti tutkia instituutioita ja yrityksiä, jotka vaikuttavat kansalaisia koskevien päätösten tekoon. Pitkä osuus on omistettu myös kulttuuriohjelmistolle: SVT:n tulee esittää kulttuuriohjelmistoa useista eri maista ja tuettava ruotsalaista elokuvatuotantoa. Erityisryhmistä mainitaan nuoret, liikuntarajoitteiset, viittomakieliset ja kuulovaurioista kärsivät. Kielivähemmistöistä mainitaan suomenkieliset, saamenkieliset, meänkieliset ja romanikieli. Lisäksi, kuten Suomessakin Ylellä, on SVT:lläkin velvollisuus lähettää viranomaistiedotteita.

Koska julkisen palvelun yleisradiotoiminta on Ruotsissa hajautettu kolmen yhtiön kesken, eritellään Sveriges Radion sisältöjä erikseen radion lähetystoimiluvassa, jossa on kaksitoista kohtaa. Näitä ennen kuitenkin todetaan, että SR:n tulee lähettää ohjelmaa neljällä koko maan kattavalla kanavalla, joista yhdellä saa olla myös alueellista sisältöä. Muuten sisältöä määritellään pitkälti samoin tehtävänannoin kuin SVT:täkin. Monipuolisuuden, ruotsin kielen tukemisen ja instituutioiden ja yritysten tutkimisen lisäksi mainitaan, että SR:n ulkomaille lähetettävän ohjelmiston on tarkoitus pitää niin ulkoruotsalaiset kuin muutkin kiinnostuneet tietoisina Ruotsin asioista. Niin radion kuin televisionkin toimiluvassa kutsutaan toimijat kunnioittamaan yksityisyyttä niin kauan kuin se ei ole yleisen edun vastaista. Tämä yksityisyyden säännös on mielenkiintoinen lisäys, sillä yksityisyyden suoja on yksi journalistien eettisen koodiston normeja.

5.2.3 Yleisradioyhtiöiden omat tavoitteet

Yleisradioyhtiöiden toimintaan vaikuttavat myös näiden itsensä asettamat tavoitteet toiminnalleen. Näitä tavoitteita kirjataan erilaisiksi visioiksi, missioiksi ja strategisiksi linjauksiksi yleensä vuosikertomuksiin. Kutsun näitä itse määriteltyjä tavoitteita linjanvedoiksi. Yhtiöiden linjanvedot eivät poikkea, eivätkä voisikaan poiketa laissa annetuista tehtävistä. Sen sijaan linjanvedot tarkentavat laissa annettujen tehtävien suorittamista ja mikä tärkeintä, reflektovat yhtiöiden itsensä ajatuksia ja tulkintoja omasta roolistaan.

Suomessa Yleisradio on kirjannut oman linjanvetonsa vuosikertomukseensa (2011). Linjanveto jakaantuu kolmeen. Yleisradion missiossa korostetaan kansanvallan, suomalaisen kulttuurin ja yhteisten kokemusten vahvistamista. Yritys näkee itsensä tietoyhteiskunnan

rakentajana, mikä tukee aiemmin esitettyä Allardtin (1989) ajatusta yleisradiotoiminnan ja yhteiskunnan kehityksen yhteneväisyyksistä. Yleisradion visio on olla merkityksellisin sähköisen viestinnän tuottaja sekä suunnannäyttävä journalismissa. Ylen arvoihin kuuluvat suomalaisuus, luotettavuus, riippumattomuus, monipuolisuus ja ihmisten arvostaminen. Vuoden 2012 vuosikertomuksessa Yleisradio nimeää arvoikseen luotettavuuden, riippumattomuuden ja ihmisten arvostamisen. Kansallisuuden korostaminen on jätetty pois. Merkityksellisimmän sähköisen viestinnän tuottajan sijaan Yle nimeääkin vuonna 2012 tavoitteekseen sen, että Ylen sisällöillä olisi merkitystä kaikkien suomalaisten elämissä. Ainoa kilpailuun viittaava muotoilu löytyy henkilöstön kohdalta: Yle haluaa työllistää parhaat media-alan osaajat. (Yle Vuosikertomus 2012).

SVT:n linjanvedot löytyvät public service –selvityksestä (2011, 51–52). Linjanveto on jaettu tarjonnan, tuotannon ja jakelun strategioihin sekä yleisöä, moninaisuutta ja resursseja koskeviin tavoitteisiin. Näyttäisi siltä, että SVT:llä on kaksi suuntaa. Toisaalta linjanvedossa korostetaan laadun tuottamista määrän sijaan, eli keskittymistä sisältöihin eikä enää kanavien lisäämiseen. Toisaalta SVT pyrkii tavoittamaan nuorempia sukupolvia ja ohjaamaan sisältöjä nettiin niin SVT Play- kuin on demand –palveluihinkin.

Sveriges Radion visio löytyy niin ikään yhtiön public service –selvityksestä (2011, 6). Yhdellä lauseella SR kirjoittaa tavoitteekseen olla Ruotsin tärkein mediayhtiö ja johtava kulttuurin luoja. Tarkemmin linjanvedossa painotetaan suhdetta yleisöön, työntekijöihin ja yhteistyökumppaneihin ja taloudelliseen tuottavuuteen. SR haluaa olla yhä nopeampi ja trendikkäämpi, tuoda esiin uniikkia sisältöä ja kehittää nettisivunsa yhdeksi maan moderneimmista. Lisäksi sisällössä tulisi painottaa Ruotsin ulkopuolista maailmaa, kulttuuria, paikallista läsnäoloa, ruotsalaista yhteiskuntaa ja sisällön kehittämistä netissä.

Linjanvedot keskittyvät eri asioihin eri yhtiöissä. Niitä ei olekaan lähtökohtaisesti kirjoitettu vertailukelpoisiksi keskenään, vaan ne kuvastavat pikemminkin kunkin yhtiön tämänhetkistä asemaa ja yhtiölle itselleen syystä tai toisesta tärkeitä seikkoja. Yhtäläisyyksiäkin toki on. Jokainen yleisradioyhtiö painottaa netin merkitystä tulevaisuudessa. Laatu, paras journalismi ja nopeus ovat korostettuina linjanvedoissa. Sveriges Radio haluaa olla yksi moderneimmista nettisivuista ja Yle ensin merkityksellisin kaikista sähköisistä medioista, sitten parhaiden mediaosaajien työllistäjä. Nämä komparatiivimuodoissa esitetyt adjektiivit kuvastavat kilpailua, jossa yleisradiot kokevat elävänsä. Yleisradiot itse tuntuvat linjanvedoissaan

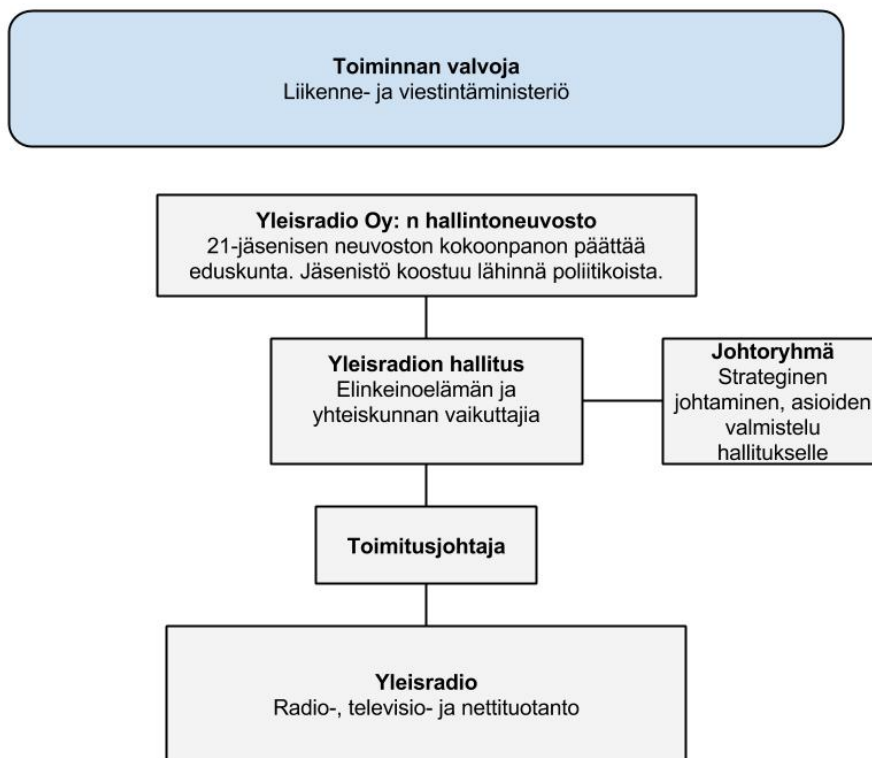
puhuvan juuri kilpailun keskeltä, tavoitteena olla johtava tekijä jollakin osa-alueella. Näin yleisradiot tuntuvat rinnastavan itsensä kaupallisiin mediatoimijoihin. Herääkin kysymys, millä tavoin yleisradioyhtiöt sitten suhtautuvat erityistehtäviinsä, jotka erottavat ne kaupallisista kanavista. Ovatko erityistehtävät yleisradioille voimavara, keino pärjätä kilpailussa vai riippakivi ja pakollinen tehtävä? Vaikea sanoa, sillä erityistehtäviä ei juuri linjanvedoissa mainita.

5.3 Poliittista parallelismia, yleisradioyhtiöiden yhteydet valtion hallintoon

Yleisradioyhtiöt poikkeavat muista mediayhtiöistä siinä, että niillä on suora kytkös valtion tason politiikkaan. Kytköstä on pidetty ongelmallisena lähinnä kahdesta näkökulmasta. Toisaalta kytkös uhkaa yleisradion journalistien intergriteettiä ja toisaalta kytkös altistaa yleisradioyhtiöt poliittisen pelin arpanappulaksi, mikä voi hankaloittaa yhtiöiden pitkäjänteistä toimintaa (ks. esim. Hujanen 2012). Näiden näkökulmien takia yleisradioyhtiöissä on pyritty loitontamaan yleisradioita poliittisesta päätöksenteosta muodostamalla yhtiöiden ja poliittisten päättäjien väliin niin kutsuttuja vaikutusta vaimentavia elimiä. Palaamme siis kappaleessa kaksi esiteltyihin Hallinin ja Mancinin erittelemiin eri tapoihin järjestää yleisradiotoiminta ja eri mallien suhteesta poliittiseen parallelismiin.

Suomi ja Ruotsi edustavat Hallinin ja Mancinin (2004, 67–68) erottelussa demokraattis-korporatistisia maita. Näille maille on tyypillistä integroida politiikka mukaan yleisradiotoimintaan antamalla tasapuolinen edustus eri toimijoille. Esimerkiksi puolueet, mutta mahdollisesti myös muut yhteiskunnalliset valtaryhmät, kuten ammattijärjestöt voivat edustaa yleisradioyhtiön hallinnossa. Tätä järjestelmää kutsutaan sisäiseksi pluralismiksi ja järjestely suojaa yleisradioyhtiötä valtaapitävän poliittisen ryhmän päähänpistoilta ja suojaa sitä poliittisten valtamuutosten aiheuttamilta äkillisiltä muutoksilta. Tämän lisäksi demokraattis-korporatistisissa maissa on tyypillistä antaa yleisradioyhtiöiden journalisteille suuri ammatillinen vapaus. (Hallin ja Mancini 2004, 165–167.)

Taulukko 11: Yleisradion hallinto ja valvonta



Suomessa Yleisradion organisaatiosta on säädetty laissa Yleisradiosta (ks. Liite A). Lain mukaan Yleisradio on osakeyhtiö, jonka osakkeista vähintään 70 prosenttia omistaa valtio ja joka toimii liikenne- ja viestintäministeriön hallintoalalla. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että ministeriössä säädeltäisiin Yleisradion toimia, vaan liikenne- ja viestintäministeriö valvoo Yleisradion toimintaa. Yleisradion johdossa ovat 21-jäseninen hallintoneuvosto, hallitus ja toimitusjohtaja. Hallintoneuvoston kokoonpanosta päättää eduskunta vaalikauden ensimmäisillä valtiopäivillä. Näin ollen hallintoneuvoston kokoonpano voi muuttua jopa neljän vuoden (vaalikauden pituus) välein. Hallintoneuvoston kokoonpano on noudattellut eduskunnan puoluepoliittista jakaumaa. Hallituksen jäseniä saa olla vähintään viisi ja enintään kahdeksan, eivätkä hallituksen jäsenet saa kuulua hallintoneuvostoon. Hallituksen jäseniä ei ole nimitetty puoluepoliittisin perustein. Samoin toimitusjohtajaa ei valita puoluepoliittisin perustein, mutta hallintoneuvoston päättäessä hallituksen jäsenistä ja toimitusjohtajista, voidaan valinnoissa nähdä poliittisia painotuksia.

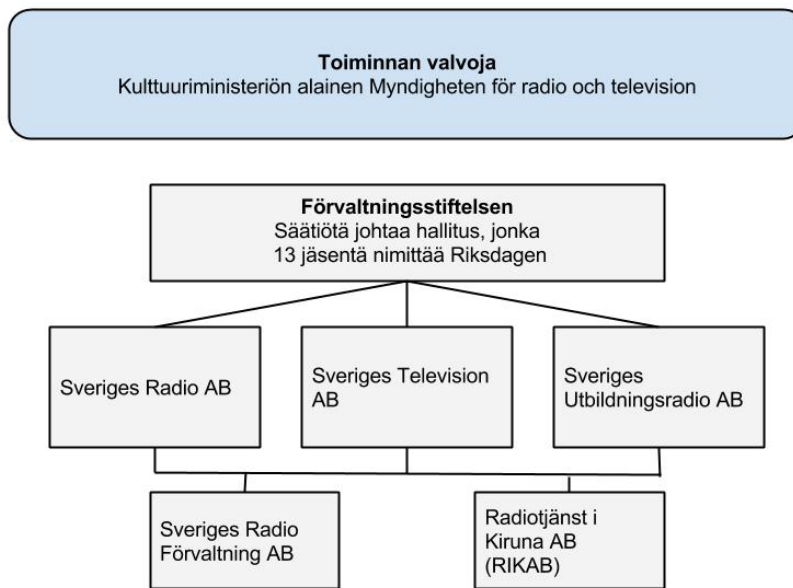
Yleisradion hallituksen ja toimitusjohtajan sekä Ylen uuden strategisen johtoryhmän voidaan nähdä toimivan loitontajina suhteessa valtioon. Johtoryhmään kuuluu lähinnä Yleisradion

henkilökuntaa, mukaan lukien uutis- ja ajankohtaistoiminnan johtaja, eli uutistoiminnan päätoimittaja. (Ylen vuosikertomus 2011, 47.)

Ruotsissa on vuodesta 1997 ollut käytännössä kolme erillistä yleisradioyhtiötä: Sveriges television (SVT), Sveriges radio (SR) ja opetussisältöjä edellisiin tuottavat Utbildningsradio (UR). Vaikka yhtiöt päättävät itsenäisesti kokoonpanostaan ja toiminnoistaan, omistaa nämä kolme yhtiötä kuitenkin säätiö nimeltä Förvaltningsstiftelse för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Vielä vuoden 1990-luvun alussa ruotsalaisen yleisradioyhtiön omistivat yhdessä erilaiset kansalaisjärjestöt, liike-elämän edustajat ja lehdistö. Edellä mainittujen omistajien ilmaistua tahtonsa luopua omistuksesta, päätti Ruotsin parlamentti siirtää yleisradion säätiön omistukseen. Säätiöön päädyttiin siksi, että säätiön ajateltiin parhaiten turvaavaan yleisradion journalistisen itsenäisyyden. (SOU 2005, 38.)

Förvaltningstiftelsenin 13-jäsenisen hallituksen kokoonpanon päättää Ruotsin parlamentti eli riksdagen. Hallituksessa istuu kaikkien parlamenttipuolueiden edustajia. Neljän vuoden välein vaihdetaan kuusi edustajaa ja puheenjohtaja. Näin edustajien kaudet ovat kahdeksan vuotta ja puheenjohtajan neljä. Säätiö puolestaan päättää yleisradioyhtiöiden hallituksien kokoonpanoista. SVT, SR ja UR taas omistavat yhdessä tv-lupamaksut keräävän Radiotjänst I Kiruna Ab:n eli RIKAB:in. Lupamaksurahat kerätään valtion lupamaksutilille, josta ne luovutetaan eteenpäin ja kohdistetaan eri yleisradioyhtiöille vakiintuneiden prosenttiosuuksien mukaan, jotka näkyvät taulukossa 12 (Förvaltningsstiftelse.) Toisin kuin Suomessa, kuuluu Ruotsin yleisradion valvonta kulttuuriministeriölle. Kulttuuriministeriö, kuten Suomessa liikenne- ja viestintäministeriö, hallinnoi toimilupia ja tuottaa tietoa maansa mediamaisemasta.

Taulukko 12: Ruotsin yleisradioyhtiöiden hallinto ja valvonta



Vaikka Ruotsin mallia kritisoidaan kankeudesta ja jälkeenjääneisyydestä (ks. Hulten 2010, 162–163), on siinä havaittavissa yritys loitontaa julkinen palvelu poliittisesta päätöksenteosta hajauttamalla tuotantoa ja kierrättämällä tuloja.

5.4 Rahoitus, tehtävänanto ja johto: parallelismin mittarit

Tehtävänanto, rahoitus ja yleisradioyhtiöiden organisointi suhteessa valtioon ovat kolme muuttujaa, joilla hahmottelen yleisradioyhtiöiden poliittista parallelismia. Taulukot 11 ja 12 kertovat yhdellä silmäyksellä organisatorisen eron maiden yleisradioiden välillä. Siinä missä Yleisradion kaavio on melko suoralinjainen, ylhäältä–alas - organisaatio, on Ruotsin yleisradion toiminta hajautetumpaa. Molemmissa maissa ylintä ohjausvaltaa käyttävät kuitenkin poliittisesti nimetyt edustajat hallintoneuvostossa tai Förvaltningsstiftelsenin edustajistossa. Jälkimmäisessä edustajien kaudet ovat pidempiä, mutta edustajia on vähemmän, kun taas Yleisradion hallintoneuvostossa edustajia on enemmän, mutta kaudet ovat lyhyempiä. Molemmissa ratkaisussa on haettu etäisyyttä valtiontason politiikkaan mahdollisimman monimuotoisen joukon kautta.

Kun otetaan pohdintaan mukaan yleisradioiden rahoituksen ja lainsäädännön, saa vertailu yhä enemmän ulottuvuuksia. Suomen Yleisradion toiminta on turvattu hamaan

tulevaisuuteen laissa. Vuoden 1993 laki antaa Yleisradiolle erityisaseman markkinoilla ja vähensi entisestään hallintoneuvoston valtaa (Hellman 1999, 148–149). Ruotsissa taas yleisradio tarvitsee toimiluvan uusimisen tietyin väliajoin jatkaakseen toimintaa. Eron voisi tiivistää niin, että Yleisradion toiminta ja itsenäisyys ovat lailla suojattuja poliittiselta vallankäytöltä, kun taas Ruotsin yleisradion asema on suojattomampi ja siten riippuvaisempi vallanpitäjistä. Yle-vero taas sitoo Yleisradiota lähemmäs valtiota, kun taas lupamaksut etäännyttävät Ruotsin yleisradiota valtiosta. Erot eivät välttämättä kerro siitä, kummassa maassa yleisradio on poliittisesti sidotumpi, vaan siitä, millä keinoin yleisradio on sidottuna valtioon. Vaikka Yleisradio on kytketty verorahoituksen ja lainsäädännön kautta valtioon, ovat toimet turvanneet Yleisradion olemassaolon jatkuvuutta. Jo pelkkä siirtyminen verorahoitukseen kun lupamaksut tuntuivat loppuvan, kielii siitä, että Ylen toiminta halutaan turvata. Ruotsin puolella taas ollaan monimuotoisempia. Sikäläinen yleisradio on enemmän sidoksissa kansaan. Lupamaksu on siitä merkki. Kuten Suomessa olemme huomanneet, lupamaksuinnokkuutta voidaan pitää yhtenä suosion mittarina. Lupamaksu pakottaa yleisradioyhtiön kuulostelemaan kansaa eli yleisöään herkästi, jopa herkemmin kuin verorahoituksella toimivan Ylen.

Mielenkiintoiseksi arviointi menee, kun katsotaan yleisradioyhtiöiden tehtävänantoja. Ruotsissa laki on tiukka ja määrittelee hyvin tarkasti yleisradion tehtävät. Suomessa laki on löyhempi, mutta antaa tarkkoja erityistehtäviä Yleisradiolle. Yleisradioiden omat linjanvedot kumpuavat kuitenkin kilpailuasetelmasta. SR haluaa olla alansa paras. Samoin Yleisradio toivoo olevansa merkittävin sähköinen media ja journalistinen suunnannäyttäjä. Mistä nämä erot lakisääteisten tehtävien ja linjanvetojen kesken kumpuavat, ovat jo jatkotutkimuksen paikka.

6.0 Johtopäätöksiä ja keskustelua

Opinnäytetyöni tavoitteena on arvioida Suomen ja Ruotsin yleisradiotoiminnan monimuotoisuutta eli diversiteettiä, moniarvoisuutta eli pluralismia ja poliittista parallelismia eli yleisradiotoiminnan kytköksiä poliittiseen päätöksentekoon. Metodini oli vertaileva: selvittämällä eroja ja yhtäläisyyksiä maiden yleisradioyhtiöiden olomuodoissa saataisiin selville näkökulmia, joita ei pelkästään yhden maan analyysillä huomattaisi. Samalla arvioin yleisradioyhtiöiden pärjäämistä suosion, professionalismin, teknologian, liiketalouden ja politiikan markkinoilla. Markkinanäkökulman oli tarkoitus tuoda vertailuun mukaan vertailua maiden kaupallisten mediatoimijoiden ja yleisradioiden välillä, sekä pohtia markkinoistumisen vaikutuksia julkiseen palveluun.

Kuten Hallin ja Mancini toteavat (2004, 21), on pluralismin ja parallelismin mittaaminen toisaalta mahdollista ja toisaalta ei. Paradoksi periytyy suoraan opinnäytetyöhöni. Samoin diversiteettiä on hankala mitata, sillä Euroopan maissa ei käytetä yhteneväisiä mittareita monimuotoisuuden mittaamiseen (van Cuilenburg & van der Wurff 2007, 100). Kuvailevan ja kartoittavan tutkielmani tavoitteena oli tutkia, mitä Suomen ja Ruotsin yleisradioiden erot kertovat yleisradioiden poliittisesta parallelismista, diversiteetistä ja pluralismista. Tutkielmani lopuksi aukotonta tilastollista tulkintaa on vaikea antaa. Mutta aina se ei ole tarpeen. Tavoitteeni ei ollut niinkään antaa numeerista faktaa eroista, vaan pohtia, mitä havaitut erot kertovat yleisradioista.

Alussa esitin tutkimuskysymykseni, joista ensimmäinen kuului, millaisen muodon Suomen ja Ruotsin yleisradiot ovat ottaneet poliittisen parallelismin, diversiteetin ja pluralismin välissä. Pyrin vastaamaan tähän kysymykseen kappaleissa 6.1 ja 6.2. Erottelin ensin millaisia pluralismin ja monimuotoisuuden merkkejä löysin yleisradioiden toiminnasta, ja pohdin sitten valtion ja yleisradion suhdetta. Tutkielmani varmistaa, että kanavaprofilointi vaikuttaa yleisradioiden sisältöihin ja aiheuttaa suuria eroja eri maiden yleisradioiden välillä. Toinen tutkimuskysymykseni oli, mitä löytämäni erot ja yhtäläisyydet kertovat julkisen palvelun median kehityksestä. Tähän kysymykseen pyrin vastaamaan kappaleessa 6.3, jossa pohdin, minkälaisen kuvan esitetyt erot piirtävät yleisradioista markkinatoimijoina, joilla on eritystehtäviä. Tutkielmani mukaan Yle on lainsäädännöllä enemmän sidottu valtioon kuin Ruotsin yleisradioyhtiöt, joiden toimintaa säädellään toimiluvissa ja yksityiskohtaisemmin kuin Suomessa.

6.1 Monimuotoisuutta yleisön eduksi vai kilpailun välineeksi?

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni oli, miten pluralismi, diversiteetti ja poliittinen parallelismi ilmenevät yleisradioiden toiminnassa. Tässä kappaleessa vastaan siihen, kuinka monimuotoista ja moniarvoista tuotanto on ja millä tavoin. Monimuotoisuutta arvioin sisältöjen, yleisöjen ja jakelukanavien kautta. Sisällöt ja yleisöt edustavat yleisradioiden onnistumista liiketalouden, teknologian, professionalismin ja suosion markkinoilla. Moniarvoisuutta taas pohdin kilpailun näkökulmasta, miten yleisradiot asettuvat suhteessa muihin markkinatoimijoihin.

Median monimuotoisuutta kutsutaan median diversiteetiksi, joka on sisältöjen moninaisuutta (McQuail & van Cuilenburg 1983). Eurooppalaiselle kulttuurille tyypillinen avoin median moninaisuus mittaa sitä, esitetäänkö eriäviä mielipiteitä ja mieltymyksiä laskennallisesti yhtä paljon. Avoimen moninaisuuden mittaamisen ajatuksena on estää median yksipuolistuminen ja taata kaikkien näkemysten esittäminen, jolloin toteutuu demokratiaan liitetty ajatus ideoiden kilpailusta. (van Cuilenburg 2007.)

Moniarvoisuutta taas pohditaan ja mitataan pluralismin käsitteen avulla. Hallinin ja Mancinin mukaan demokraattis-korporatistisia maita leimaa ulkoinen pluralismi. Se tarkoittaa, että mediakentässä esiintyy useita eri ryhmiä ja arvoja edustavia ääniä ja toimijoita. Mutta pluralismi voi olla myös sisäistä. Sitä voidaan etsiä hallintorakenteiden ja rahoituksen lisäksi sisällöistä, joiden, kuten hallintoelinten edustajienkin odotetaan edustavan yhteiskunnan ja kansalaista moninaisia näkökantoja (Hallin ja Mancini 2004, 166).

Suomen ja Ruotsin yleisradiot toimivat ulkoisen pluralismin kentällä, eli televisio- ja radiomarkkinoilla Yle ja SVT sekä SR esittävät yhtä ääntä ja muut toimijat muita. Yhdessä ne muodostavat moniarvoisen ja -äänisen mediamaiseman. Käytännössä yleisradioiden tulee kuitenkin esittää mahdollisimman monimuotoista sisältöä. Tämä taas vaatii sisäistä pluralismia ja median diversiteettiä. Kappaleessa neljä arvioin yleisradioiden sisältöjä ja huomasin, että kaupallisten kanavien ja yleisradiokanavien sisällöt liukuvat muistuttamaan toisiaan. Silti yleisradioiden sisältöjä ei voi kutsua yksipuolisiksi, sillä nämä pyrkivät kuitenkin täyttämään sisältöjen erityisvaatimukset.

Enemmän kuitenkin kuin ideologiset valinnat tai teoria, vaikuttaa kilpailu televisio- ja radiomarkkinoilla sisältöihin. Monimuotoinen ohjelmisto on paitsi yleisradioiden tehtävänannon täyttämistä, myös voimavara kilpailussa. Lowe on kirjoittanut yleisön

merkityksestä yleisradioille. Hänen mukaansa yleisradioyhtiöiden elinkelpoisuus riippuu siitä, kokevatko yleisöt palvelun vastaavan odotuksiaan ja ovatko he valmiita maksamaan palvelusta (Lowe 2010b, 9–11). Yleisö on yleisradioyhtiöiden näkyvin legitimointiväline. Yleisradiotkin esittävät massoja kiinnostavaa ja suosittua ohjelmistoa, eivätkä vain erityistehtäviinsä liittyviä sisältöjä.

Myös palvelun rahoitus vaikuttaa sisältöön. Tutkimusten mukaan maksutelevisio tuottaa monimuotoisempaa sisältöä kuin mainosrahoitteinen yritys. Ongelmana on, että tutkimukset, jotka koskevat markkinoiden muodon vaikututusta kanavien esittämään sisältöön ovat lähinnä Yhdysvalloissa tehtyjä. Eurooppalainen pitkään yleisradioiden hallinnoima televisiokenttä eroaa yhdysvaltalaisesta. Hellman kuitenkin huomioi, että lupamaksuin tai sekamallilla rahoitettu kanava saattaa hyvinkin tuottaa monimuotoisuutta muuten avoimeen kilpailutilanteeseen, koska tässä tilanteessa kaikki yhtiöt eivät kilpaile samasta rahoituslähteestä. (Hellman 2009, 44–49). Sekä Suomen että Ruotsin yleisradiot elävät varsin kilpaillussa ympäristössä. Näyttäisi siltä, että markkinat ovat muuttumassa hieman monopolistisiksi, ja että yleisradioyhtiöiden sisällöt lähentyisivät kaupallisten kanavien sisältöjä. Erityistehtävät kuitenkin takaavat, että yleisradioyhtiöt tuottavat mediamaisemaan monimuotoisuutta ja arvojen pluralismia.

Sisällöt ja vankka ote yleisöstä auttavatkin yleisradioyhtiöitä pärjäämään *suosion markkinoilla*. Vaikka yleisradioiden sisältöjen monimuotoisuutta voidaan kyseenalaistaa, ovat yleisradioyhtiöt Suomessa ja Ruotsissa markkinajohtajia. Molemmissa maissa yleisradiokanava on maan johtava televisiokanava ja yleisradiokanavat tavoittavat suurimman osan katsojista päivittäin ja viikottainkin selkeän enemmistön. Radiokanavien puolella tavoittavuus oli hieman heikompi, mutta yleisradion radiokanava oli kummassakin maassa markkinajohtaja. Ruotsissa Sveriges Radion ote markkinoista on ylivoimainen melkein 70 prosentin markkinaosuudella. Kuten kappaleessa neljä esitettiin, ovat yleisradioyhtiöt menettäneet yleisöosuuksiaan kilpailun myötä, mutta ovat johtavia tai toimijoita mediajärjestelmässä. Täten ne pärjäävät hyvin myös *liiketalouden markkinoilla*.

Yleisradioiden kompastuskivi on yleisöjen yksipuolisuus. Yleisradion sisältöjä katsovat ja kuuntelevat keski-ikäen ylittäneet, eli he, joiden elämästä suurimman osan yleisradion kanavat olivat ainoita televisio- tai radiokanavia. Molemmissa maissa nuorten televisionkatselu on laskussa. Lisäksi ne kanavat, joita nuoret katsovat eniten ovat kaupallisia. Molemmat

yleisradioyhtiöt tavoittelevat lisää yleisöä omilla netti-tv –alustoillaan, jotka ovatkin löytäneet hyvin katsojia. Vielä vuoden 2011 aineistoissa nettitelevisioiden katsojia ei kuitenkaan eroteltu ikäluokittain, joten on mahdotonta sanoa, ovatko nuoret siirtyneet televisionkatsojista netinkatsojiksi vai pudonneet kokonaan yleisradioiden yleisöistä. Vaikka avointa monimuotoisuutta tavoiteltaisiinkin, eivät nuorille ikäryhmille tuotetut sisällöt ole tavoittaneet kohderyhmäänsä.

Professionalismin markkinoilla pärjäämistä arvioin yleisradioiden sisältöjen kautta. Hellmanin mukaan professionalismin markkinoilla kilpaillaan osaajista, sillä ammattimainen henkilöstö näkyy laadukkaana sisältönä ja yleisön arvostuksena. Yleisradioiden kohdalla laadukas sisältö voidaan tulkita esimerkiksi asiaohjelmien ja uutisten tuotantona. Televisiokanavien sisältöjakauma oli pääpiirteittäin sama molemmissa maissa. Suomessa kolmasosa television sisällöistä oli yleisradioyhtiöiden ydinohjelmaa: asiaohjelmia ja uutisia, Ruotsissa suurin piirtein saman verran. Näyttäisi siltä, että viihteellisempää ohjelmistoa tarjotaan yhä enemmän. Kummassakin maassa yleisradiot esittävät paljon kaupallistenkin kanavien suosimaa aineistoa, eli viihdettä ja asiaohjelmistoa sekä tietenkin musiikkia. Etenkin viihteellisen aineiston lisääntyminen ja sisältöjen samankaltaistuminen kaupallisten kanavien kanssa ovat merkkejä sekä ulkoisen pluralismin että median monimuotoisuuden kuihtumisesta. Mutta on vaikea sanoa onko sisältöjen yhdenkaltaistuminen merkki ammattitaidon puutteesta. Molemmissa maissa yleisradioyhtiöt ovat kuitenkin hyvin luotettuja brändejä. Mikäli professionalismia arvioitaisiin pelkästään yleisön arvostuksen ja luottamuksen kautta, voittaisivat yleisradioyhtiöt muut mediatyhtiöt.

Teknologian markkinoilla molemmat yleisradiot ovat kehityksen kärjessä. Televisio- ja radiovastaanotinten lisäksi jakelu keskittyy nettiin, johon on Suomessa siirrytty innokkaammin kuin Ruotsissa. Yle lakkautti satelliittikanavansa ja korvasi ne Yle Areena – palvelullaan. Samoin radion kuuntelu onnistuu ulkomailta netissä. Digiradiohanke on Suomessa marginaalinen ilmiö verrattuna Ruotsiin. Ruotsin puolella vanhoja jakelukanavia pidetään yhä yllä netin lisäksi. Teknologisia markkinoita ajatellen vanhojen jakelukanavien ylläpitäminen on hyvää palvelua ja toteuttaa yleisradioiden tehtävää, jonka mukaan palvelujen on oltava kaikkien saatavilla.

Koska erityistehtävien luulisi muokkaavan pitkälti yleisradioyhtiöiden sisältöjä ja tuottavan monimuotoisuutta, on mielenkiintoista, että juuri tehtävänannoissa mainituille erityisryhmille suunnatuissa sisällöissä on suurimmat erot maiden välillä. SVT esitti selvästi enemmän lastenohjelmia kuin Yle, joka puolestaan tarjosi kielivähemmistöille selkeästi enemmän ohjelmaa kuin SVT, mikäli siis ruotsinkielinen ohjelmisto lasketaan vähemmistölle suunnatuksi. Tässä tutkielmassa näin tehtiin. Erot selittyvät kanavaprofiloinnilla. Yle on keskittänyt ruotsinkielisen ohjelmiston omalle tv-kanavalleen ja SVT omistanut lapsille oman kanavansa. Radionkin puolella suurimmat erot löytyivät erityistehtäviä palvelevasta ohjelmistosta. Ruotsin Sveriges Radio esitti vähemmistökielillä 18 776 tuntia ohjelmaa, Yle ruotsiksi 17 987 tuntia, saameksi 2 280 ja muilla kielillä 8 776 tuntia eli yhteensä 29 043. Luvut kertovat samasta ilmiöstä kuin television puolella. Kanavaprofilointi on kasvattanut tiettyjen sisältöjen osuutta. Yle Mondo kasvattaa vieraskielisen ohjelmiston määrää, samoin Sveriges Radion kielivähemmistöille suunnatut kanavat, kuten suomenkielinen Sisu Radio. Näin ollen kanavan profilointi on aina myös ideologinen valinta ja painotus.

Lowen mukaan (2010b, 9–30) yleisradioyhtiöt elävät ikuisesti oman organisaationsa egoismin ja aatteen altruismin välissä. Tämä tarkoittaa sitä, että yleisradioyhtiöt toimivat väistämättä mediaorganisaatioina, mutta niiden on kannettava myös tehtävänantonsa mukaiset vaatimukset, jotka edellyttävät egoismin syrjään työntämistä. Mediaorganisaationa yleisradioyhteisö pyrkii takaamaan oman olemassaolonsa kilpailukyvyn kautta. Julkisen palvelun tarjoajana yleisradion tulisi kuitenkin unohtaa oma etunsa tai ainakin asettaa yleisön palvelun tehtävä oman etunsa edelle. Yleisradioyhtiöiden tulee jatkuvasti pohtia, mihin saakka ne voivat toimia kuin mitkä tahansa mediayhtiöt ja missä määrin niiden tulee unohtaa kilpailu ja keskittyä tehtäviin, jotka eivät kaupallisille toimijoille kuulu.

Lowen ajatuksen kanssa linjaan menevät Karppisen pohdinnat pluralismin määrittelystä. Karppisen mukaan (2010, 163) kaupallisessa diskurssissa on yleistä tarkoittaa pluralismilla kuluttajan valintaa ohjelmista tai genreistä. Tällöin pluralismin käsite alkaa jo muistuttaa diversiteetin käsitettä. Diversiteetti tai monimuotoisuus taas on Yleisradiotoiminnan puolustajille tärkeää, jotta saavutetaan sosiaalinen koheesio, universaali saatavuus ja muita julkisen palvelun määrittelystä tuttuja arvoja. Näin ollen pluralismi ja diversiteetti, ylipäätään monimuotoisuus ja moniarvoisuus kaikilla toiminnan saroilla olisivat yhtä kuin julkinen palvelu. Mutta on kolmaskin tapa ajatella pluralismia ja diversiteettiä. Aiemmin totesin

Suomen ja Ruotsin yleisradioiden toteuttavan tiettyyn pisteeseen monimuotoisuutta sisällössään. On kuitenkin mahdollista tulkita laaja tarjonta yleisradio-organisaatioiden sisäänrakennetun kilpailuntarpeen aseeksi. Karppinen nimittäin toteaa (2010, 157), että yleisradioiden perinne toittotaa pluralismista legitimoinnin välineenä on yhtä lailla egoistinen ajatus kuin altruistinenkin. Monimuotoisuus ja moninarvoisuus ovat poliittisesti korrekkeja synonyymejä laadulle. Mutta laatu saattaakin kääntyä määräksi. Yleisradiot niin Suomessa ja Ruotsissa tarjoavat paljon samaa kuin mitä kaupalliset toimijat ja vaikka kanavaprofilisaation ja digitalisaation aallon jälkeen sisältöjä tarjotaan yhä enemmän, eivät erityisryhmät tai uutistoiminta ole kanavien johtavia ohjelmia. Kyseessä on yleisön perässä juoksemisen noidankehä tai keikahdus monimuotoisuuden tasapainottelussa. Voidakseen legitimoida toimintansa, tarvitsevat yleisradiot yleisöjä. Kansalaisia ei kuitenkaan kerätä ruudun ääreen erityisryhmille suunnatuilla ohjelmilla, joten yleisradiot päätyvät esittämään massoja kiinnostavia ohjelmia, kuten viihdettä ja urheilua. Kansa kerääntyy näiden ohjelmien ääreen ja yleisradio tuottaa arvoihinsa kuuluvaa yhtenäisyyttä. Mutta yhtenäisyyden tuottaminen ei ole vedenpitävä selitys massoja houkuttelevien ohjelmien tuottamiselle ensinnäkin siksi, että nuoret katsojat eivät löydä näiden ohjelmien pariin ja toisaalta siksi, että nämä ohjelmat tahtovat olla samoa sisältöjä kuin kilpailijoillakin, jolloin sisällöt koko mediakentällä yksipuolistuvat. Vahvin osoitus yleisradioiden lähdöstä kilpailuun ovat niiden omat linjanvedot: Yle on kirjannut haluavansa olla maan merkityksellisin sähköinen media ja SR puolestaan Ruotsin tärkein mediayhtiö.

6.2 Yleisradioita vaalitaan arvokkaina toimijoina

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni pureutui myös yleisradioiden organisaatiomuotoon: kuinka tiukasti yleisradiot ovat sidoksissa valtioon? Tätä tutkin rahoituksen ja tehtävänannon näkökulmista sekä organisaatorakenteen kautta ja samalla arvioin yleisradioyhtiöiden pärjäämistä etenkin liiketalouden ja politiikan markkinoilla.

Hallinin ja Mancinin mukaan demokraattis-korporatistisia maita leimaa median ja politiikan sidonnaisuus. Tämä on totta etenkin, kun otamme huomioon puoluelehdistön aikakauden. Viimeisten vuosikymmenien aikana poliittinen kytkös on kuitenkin purkautunut lehdistössä. Entä sitten yleisradioissa?

Poliittinen parallelismi vaihteli Hallinin ja Mancinin otannassa tiukasta hallituksen suorasta mediaomistuksesta Pohjois-Amerikan liberaalin mallin täysin vapaaseen, kaupalliseen

mediajärjestelmään. Demokraattis-korporatistinen malli jäi näiden kahden ääripään väliin. Pohjoismaissa on ollut hyvin vahva puoluesidonnainen lehdistö ja mediaa on säädelty erilaisin laein. Toisaalta Hallin ja Mancini tunnustavat kehityksen kulkevan kohti neutraalia mediaa. (Hallin ja Mancini 2004, 67.)

Yleisradioyhtiöiden poliittisesta parallelismista puhuessaan Hallin ja Mancini erittelivät neljä mallia: valtiojohtoisen, professionaalin, parlamentaarisen edustuksen mallin ja viimeisenä korporatistisen mallin (2004, 31). Sekä Suomen Yle että Ruotsin SVT ja SR edustavat hallintorakenteidensa kautta parlamentaarisen edustuksen mallia, sillä yleisradioiden hallintoelimissä istuu tasavertaisesti eri puolueiden edustajia. Hallin ja Mancini tosin toteavat Pohjoismaiden myös esittävän merkkejä professionaalista ja korporatistisesta mallista (Emt. 166–169). Korporatistisesta siksi, että Ruotsin yleisradiotoiminnan omistavan säätiön omistajissa on muitakin yhteiskunnallisia tahoja kuin valtio ja professionaalista siksi, että sisällöt on haluttu Pohjoismaissa pitää neutraaleina, eli puoluepoliittista edustusta ei ole toimittajakunnassa, eivätkä esimerkiksi päätoimittajat ole puolueiden edustajia. Tutkielmassani totesin, että hallintorakenteidensa puolesta Suomi ja Ruotsi edustavat molemmat sisäisen pluralismin mallia, jossa edustus on kaikilla tai ainakin monilla eturyhmillä. Rakenne estää näin vallan keskittymisen.

Hallin ja Mancini keskittyivät lähinnä rakenteisiin ja edustukseen poliittisesta parallelismista puhuessaan. Tässä työssä olen tulkinut parallelismia myös rahoituksen kautta. Karol Jakubowicz (2010, 127–146) erittelee rahoituksen kautta kolmea ideologista koulukuntaa, joiden voidaan sanoa myös edustavan eriasteisia poliittisen parallelismin muotoja. Ensimmäistä mallia Jakubowicz kutsuu *julkisen palvelun median puolustajiksi*. Malli on tuttu Hallinin ja Mancinin demokraattis-korporatistisista tulkinnoista. Julkisen palvelun median puolustajat pitävät yleisradioita tärkeinä mediatoimijoina kaupallisten rinnalla. Mutta yleisradio ei ole vain kaupallisen tarjonnan täydentäjä, vaan sen tulee luoda yleisönsä kanssa kumppanuussuhde, jota rahoitetaan riittävällä rahoituksella. Toinen Jakubowiczin malli on *ihmiskasvoinen liberalismi*, jossa julkisen palvelun media täydentää kaupallista tarjontaa. Yleisradioyhtiöiden ei tule kilpailla kaupallisten kanavien kanssa, vaan löytää olomuotonsa näiden katvealueilta. Yleisradiot rahoitetaan harkitulla julkisella rahoituksella. Kolmas malli on *uusliberalistinen malli*, jonka kannattajat haluaisivat mielellään päästä koko yleisradiosta, sillä valtion roolin tulisi yhteiskunnassa olla niin vähäinen kuin suinkin mahdollista. Mikäli

yleisradiotoimintaa kuitenkin on, tulisi palvelun tuottaja ja sisällöt kilpailuttaa vapailla markkinoilla. Rahoitus kerättäisiin katselijoilta tilausmaksuina.

Suomen ja Ruotsin yleisradioyhtiöt edustavat Jakubowiczin ensimmäistä mallia, sillä molemmissa maissa sisällöt ovat varsin kattavia ja rahoitukseen osallistuvat lähes kaikki kansalaiset. Tämä julkisen median puolustajien malli mahdollistaa yleisradion toimia lähes samalla tavalla kuin kaupalliset kilpailijansa, eli tarjota samankaltaisia sisältöjä ja jakelukanavia. Ainoa ero kaupallisiin toimijoihin on rahoitus. Suomen Yle on, siirryttyään verorahoitukseen, Ruotsin yleisradiota enemmän kytköksissä valtakunnan politiikkaan. Lisäksi Ylen rakenne, jossa Ruotsin yleisradioon verrattuna on vähemmän puskurointia ja valtion ja puoluepolitiikan ulkopuolisia vaikutteita, sitoo Ylen Ruotsin yleisradiota enemmän valtioon. *Poliittisilla markkinoilla* Yleisradio pärjää kuitenkin siinä mielessä hyvin, että sen asema on turvattu laissa. Suomessa Yle saa enemmän vapautta kansallisessa tehtävänannossa, joka on ylimalkaisempi kuin Ruotsin. Ruotsin yleisradioyhtiöt ovat esimerkiksi velvoitettuja valvomaan päättäviä elimiä ja tukemaan ruotsalaista elokuvatuotantoa samoin kuin huolehtimaan ruotsin kielen asemasta. Näin yksityiskohtaisella tehtävänannolla valtio rajaa yleisradion toimintaa, eli Ruotsin yleisradioyhtiöiden voi sanoa olevan sisällöllisesti enemmän valtion ohjauksessa kuin Suomen Ylen. Näin ollen voi myös ajatella tarkan tehtävänannon vaikeuttavan Ruotsin yleisradioyhtiön pärjäämistä *liiketaloudellisilla markkinoilla*, sillä tiukasti määrätyn tehtävän täyttäminen rajaa yleisradioyhtiön toimintaa. Lopulta molemmat yleisradioyhtiöt pärjäävät liiketaloudellisilla markkinoilla varsin hyvin, sillä näiden budjetit ovat verrannollisia muihin mediajärjestelmän toimijoihin ja Jakubowiczin luokittelun mukaisesti yleisradiotoimintaa pidetään itsessään tärkeänä kaupallisten mediatoimijoiden rinnalla.

6.3 Lopuksi

Toinen tutkimuskysymykseni oli, mitä maiden väliset yhtäläisyydet ja erot kertovat yleisradioiden kehityssuunnasta. On selvää, että yleisradioyhtiöt Suomessa ja Ruotsissa pyrkivät monimuotoisuuteen ja moniarvoisuuteen. Markkinatilanteen muutokseen ne ovat kuitenkin vastanneet hieman eri tavoin. Siinä, missä Yleisradio on rahoituksensa ja rakenteensa kautta yhä varmemmin valtion huomassa, on Ruotsin yleisradiolla enemmän liikkumavaraa tässä suhteessa. Samalla Ruotsin yleisradiolla on epävarmempi tulevaisuus. Yleisradioyhtiöiden elo markkinoiden muutoksessa vaikuttaa myös yhtiöiden sisältöihin ja

jakeluun. Syvertsenin (1997) mukaan kaikki televisioyhtiöt pyrkivät saamaan mahdollisimman suuret katsojamäärät, ja yleisradioyhtiöille nämä yleisömäärät ovat ainoa tapa legitimoida oma olemassaolonsa. Kuten edellisessä kappaleessa viittasin, yleisradioyhtiöt kamppailevatkin toisaalta monimuotoisen sisällön tarjoamisen ja yleisöjen tavoittamisen välillä. Tämän tutkielman perusteella voidaan sanoa, että yleisradioyhtiöillä ovat vastanneet muuttuneeseen markkinatilanteeseen seuraavin tavoin ja seurauksin:

- 1) Yleisradioyhtiöt ovat onnistuneet ottamaan haltuunsa uusia jakelukanavia ja näin pystyvät potentiaalisesti tavoittamaan koko yleisönsä. Käytännössä yleisö on kuitenkin pääosin keski-ikäni ylittäneitä.
- 2) Kanavaprofilointi on johtanut siihen, että tiettyjä erityisalueita, kuten lastenohjelmia, painotetaan kenties muiden erityisalueiden kustannuksella.
- 3) Yleisöjen hankkimisen paineessa yleisradioyhtiöt esittävät yhä enemmän samanlaista sisältöä kuin kaupalliset kanavat. Yleisradiot esittävät suosituimpia yksittäisiä ohjelmia, mutta nuorison suosiessa muita kanavia, eivät yleisradiot kuitenkaan tavoita koko yleisöä.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli kartoittaa Suomen ja Ruotsin yleisradioyhtiöiden olomuotoa pluralismin, diversiteetin ja poliittisen parallelismin välissä sekä yleisöjen hankkimisen ja valtion ohjenuorassa toimimisen välissä. Näitä ristipaineista voi myös puuksi ja kuoreksi luonnehtia. Yleisradioyhtiöiden elo puun ja kuoren välissä on monimutkainen kysymys. Yleisradioyhtiöiden olomuotoon vaikuttavat monet muutkin voimat kuin mitä tässä tutkimuksessa on arvioitu, kuten organisaation sisäinen egoismi ja halu pärjätä kilpailussa.

Tämän työn tarkoitus oli kartoittaa ja kuvailla vallitsevaa tilannetta. Ainakin kolme seikkaa tuntuvat vaikuttaneen tutkimuksen tekemiseen. Ensinnäkin, kuten kaikki tutkimus, on tämäkin työ jo osin vanhentunut sen tekoaikana. Yleisradioyhtiöt ovat nopeita muuttamaan esimerkiksi linjanvetojaan, samoin uusi teknologia mahdollistaa kanavien määrän ja profiloinnin nopean muuttamisen. Siksi näihin ei kannata perustaa liiaksi johtopäätöksiä. Laki ja tehtävänanto muuttuvat hitaimmin, samoin nähdäkseni yleisön käyttäytyminen ja sen preferenssit. Toisekseen, tämän tutkielman haaste oli aineiston valtaisa määrä. Kvantitatiivisen aineiston rajaaminen tarkemmin olisi sujuvoittanut työtä, samoin tilastolähteiden rajaaminen. Aiheeseen liittyviä tilastoja kun on niin kansallisia, pohjoismaalaisia kuin eurooppalaisiakin. Lisäksi tilastoja tuottavat yleisradioyhtiöt itse ja

näitä valvovat tahot. Tulkintaa vaikeuttaa vielä se, että tilastointitapoja ei ole yhdenmukaistettu maiden välillä. Kolmanneksi laaja aineisto ja aihe aiheuttivat tulkinnallisia haasteita. Kun havaintoja tehdään mediajärjestelmän tasolla, on kenttä niin laaja, että havainnot kuin aaltoja meressä: välillä on vaikea erottaa kuinka korkea vaahtopää on ja mihin verrattuna. Toisin sanoen joidenkin havaintojen kohdalla oli hankala pohtia, oliko havainto merkittävä vai ei. Tämän työn lopputulokset ovat havainnoivia. Tarkka syy-seuraussuhteiden kartoittaminen koko mediajärjestelmän tasolla ei ollut mahdollista tämän työn puitteissa, vaan vaatisi vielä tarkempaa perehtymistä.

Tämä opinnäytetyö onnistui kuitenkin kirvoittamaan uusia ajatuksia yleisradioyhtiöiden roolista ja syvimmästä olemuksesta. Työn yhtenä tavoitteena oli antaa aihetta jatkotutkimukselle. Jatkotutkimus voisi edetä ainakin kahteen suuntaan. Laajentamalla tutkimusmetodia saisi paremman kuvan yleisradioiden olomuodosta osana mediajärjestelmää. Tällöin olisi myös pohdittava kaupallisten toimijoiden roolia mediajärjestelmässä. Jatkotutkimuksessa voisikin laajentaa tutkimusaluetta muihin mediajärjestelmän toimijoihin. Toinen vaihtoehto olisi paneutua syvemmin organisaatioteorian keinoin yleisradioyhtiöiden identiteettiin. Identiteettiin ja sisältöihin liittyy myös kysymys siitä, miksi erityistehtäviä ei mainita yleisradioiden omissa linjanvedoissa ja miksi yhtiöiden omat linjanvedot ovat niin kilpailunhaluisia? Onko yleisradioiden kilpailuinto pelkästään yleisön palvelua vai voisiko Lowen ajatus yleisradioyhtiöiden väistämättömästä egoismista avata muita selityksiä yhdessä Karppisen pluralismia koskevien pohdintojen kanssa. Kysymykset avaavat jo ovia uusille tutkimuksille, mutta tässä vaiheessa voidaan pitää eroa kansallisen lain määrittelemien tehtävien ja yleisradioiden omien linjausten välillä yhtenä tämän opinnäytetyön tärkeimmistä tuloksista. Toinen tärkeä tulos on se, että yleisradioyhtiöillä Suomessa ja Ruotsissa on ainakin vielä vahva ote markkinoista niin suosion kuin yleisöosuuksienkin saralla. Yhtiöiden asema on niin poliittisilla kuin liiketaloudellisillakin markkinoilla melko stabiili. Suurin haaste on nuoren yleisön tavoittaminen.

Tällä hetkellä keskustelu julkisen palvelun mediasta keskittyy siihen, selviääkö yleisradiotoiminta kriisistä. Näyttää siltä, että Euroopan unionin lainsäädännön puitteissa yleisradioiden asema on suojattu, mutta toiminta yhä rajatumpaa ja valvotumpaa. Kansallisella tasolla tehtävänmäärittelyssä annetaan lähes yksinomaan velvoitteita

toiminnalle, mutta harvoja kieltoja. Yleisradioyhtiöiden omissa linjanvedoissa taas kurkotellaan jo kilpailuun ja parhaimmuuteen. Puhe yleisradioiden kriisistä ei siis koske niinkään yleisradioiden olemassaoloa, vaan pikemminkin yleisöjen saavuttamista. Kun nuoret lipuvat pois yleisradioiden ulottumattomista, on aiheellista pohtia, millä toiminta legitimoidaan vastaisuudessa. Peli suosion markkinoilla onkin yleisradioille tulevaisuuden haaste.

Lähteet

- Ang, Ien (1985) *Watching Dallas*. New York: Methuen & Co. Ltd
- Allardt, Erik (1989) *Yhteiskuntamuoto ja yleisradiotoiminta*. Teoksessa: Heikkinen, Kalle. *Elämää kuvavirrassa*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi, sivut 185–200.
- Berndtson, Erkki (1992) *Politiikka tieteenä. Johdatus valtio-opilliseen ajatteluun*. Helsinki: VAPK-kustannus.
- Carlsson, Ulla & Harrie, Eva (2010) *Nordiska public service medier i den digitala mediekulturen –Pengar, politiken och publiken*. Göteborg: Nordicom.
- Christians, Clifford G., Glasser, Theodore L., McQuail, Dennis, Nordenstreng, Kaarle & White, Robert A. (2009) *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*. Illinois: University of Illinois Press.
- van Cuilenburg, Jan (2007) *Media Diversity, Competition and Concentration: Concepts and Theories*. Teoksessa: de Bens, Els (toim.) *Media Between Culture and Commerce*. Bristol/Chicago: Intellect, sivut 25–54.
- van Cuilenburg, Jan & van der Wurff, Richard (2007) *Towards Easy-to-Measure Media Diversity Indicators*. Teoksessa: de Bens, Els (toim.) *Media Between Culture and Commerce*. Bristol/Chicago: Intellect, sivut 99–113.
- Dobek-Ostrowska, Bogusława, Glowacki, Michal, Jakubowicz, Karol & Sükösd, Miklós (2010) *Comparative Media Systems –European and Global Perspectives*. Budapest: CEU Press.
- Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004) *Comparing Media Systems – Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hardy, Jonathan (2008) *Western Mediasystems*. Oxon: Routledge.
- Harrie, Eva (2013) *A Nordic Public Service Media Map*. Gothenburg: Nordicom.

- Hellman, Heikki (1999) *From Companios to Competitors*. Tampere: Tampere University Press.
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula (2004) *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Horsti, Karina & Hultén, Gunilla (2008) *Diverse directions. Managing diversity media policy in Finnish and Swedish public service broadcasting*. Seminaarissa Nordic Media in Theory and Practice 8–9.11.2008. University College London.
- Hujanen, Taisto & Lowe, Gregory Ferrell (2003) *Broadcasting and Convergence. Rearticulating the Future Past*. Teoksessa: Lowe, Gregory Ferrell & Hujanen, Taisto (toim.) *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Gothenburg: Nordicom, sivut 9–25.
- Hujanen, Taisto (2010) *Kenen leipää syöt, sen lauluja laulat?*. Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, sivut 147–159.
- Hujanen, Taisto & Ala-Fossi, Marko (2012) *Radio*. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. *Suomen mediamaisema*. Tampere: Vastapaino, sivut 121–149.
- Hujanen, Taisto, Weibull, Lennart & Harrie, Eva (2013) *The Challenge of Public Service Broadcasting in the Nordic Countries –Content and Audience*. Teoksessa Carlsson, Ulla (toim.) *Public Service Media from A Nordic Horizon*. Gothenburg: Nordicom, sivut 9–50.
- Hulten, Olof (2010) *Julkinen palvelu ja lupamaksupolitiikka Ruotsissa*. Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, sivut 161–168.
- Ingves, Marit (2010) *EU:lla on enemmän sananvaltaa kuin uskommekaan*. Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, sivut 183–192.

Jakubowicz, Karol (2010) *Julkisen palvelun median rahoitus poliittisena pelinappulana*.

Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.)

Yleisradio median murroksessa. Tampere: Vastapaino, sivut 127–146

Jääsaari, Johanna (2007) *Consistency and Change in Finnish Broadcasting Policy. The*

Implementation of Digital Television and Lessons from the Canadian Experience.

Åbo: Åbo Akademi University Press.

Karppinen, Kari (2010) *Rethinking Media Pluralism –A Critique of Theories and Policy*

Discourse. Helsinki: Helsinki University Press.

Kohn, Melvin L. (1989) *Cross-national Research in Sociology*. Newbury Park: Sage.

Kunelius, Risto (2003) *Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin*. Helsinki:

WSOY

Lowe, Gregory Ferrell (2010a) *Mutkainen taival kohti julkisen palvelun mediaa*. Teoksessa

Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio median*

murroksessa. Tampere: Vastapaino, sivut 25–41.

Lowe, Gregory Ferrell (toim.) (2010b) *The Public in Public Service Media RIPE @ 2009*.

Gothenburg: Nordicom.

Lowe, Gregory Ferrell & Bardoel, Jo (eds.) (2008) *From Public Broadcasting to Public*

Service Media RIPE @ 2007. Gothenburg: Nordicom.

Lowe, Gregory Ferrell & Steemers, Jeanette (eds.) (2012) *Regaining the Initiative for Public*

Service Media Ripe @ 2011. Gothenburg: Nordicom.

Mortensen, Frands (2010) *Julkisen palvelun EU-säätely ja uudet mediat*. Teoksessa

Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio*

median murroksessa. Tampere: Vastapaino, sivut 171–182.

Mäntymäki, Eeva (2006) *Hyvinvointivaltio eetterissä. Yleisradion rakentuminen populaarien*

diskurssien kentällä. Tampere: Tampere University Press.

- Mäntymäki, Eeva (2010) *Kuluttajan ja kansalaisen Yleisradio*. Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.). *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, sivut 67–79.
- Nerone, John (ed.) (1995) *Last Rights. Revisiting the Four Theories of the Press*. Urbana. University of Illinois Press.
- Øyen, Else (1990) *The Imperfection of Comparisons*. Teoksessa Øyen, Else (ed.). *Comparative Methodology. Theory and Practice in International Social Research*. London: Sage, pages 1–18.
- Peters, B. Guy (1998) *Comparative Politics. Theory and methods*. Basingstoke: Macmillan.
- Rosengren, Karl Erik, McLeod, Jack M. & Blumler, Jay G. (1992) *Comparatively Speaking: Communication and Culture Across Space and Time*. Newbury Park, California: Sage.
- Severson, Pernilla. (2004). *En gökunge i public-service –boet? Publikens roll i digitalisering av marksänd television*. Uppsala: Acta Universitatis Upsaliensis.
- Siebert, Fred S., Peterson, Theodore & Schramm, Wilbur (1956). *Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What Press Should Do and Be*. Urbana, Illinois: Illinois University Press.
- Syvertsen, Trine (1997) *Den store TV-krigen*. Bergen- Sandviken: Fagbokforlaget.
- Teune, Henry (1990) *Comparing Countries: Lessons Learned*. Teoksessa Øyen (ed.) *Comparative Methodology. Theory and Practice in International Social Research*. London: Sage, sivut 38–62.
- Tiihonen, Seppo (1981) *Julkisen sektorin käsitteestä. Tutkimus keskeisistä julkisen sektorin rakenteellisista ja toiminnallisista määrittelyistä*. Helsinki: Valtionvarainministeriön järjestelyosasto, VAPK/Monistus.
- Weber, Max (1967) *From Max Weber. Essays in Sociology*. London: Routledge.

Weibull, Lennart (2007) *The Northern European/Democratic Corporatist Media Model Countries*. Teoksessa Terzis, Georgios (ed.) *European Media Governance: National and Regional Dimensions*. Bristol: Intellect, sivut 55–62.

Weibull, Lennart & Jönsson, Anna Maria (2007) *The Swedish Media Landscape*. Teoksessa Terzis, Georgios (ed.) *European Media Governance: National and Regional Dimensions*. Bristol: Intellect, sivut 169–180.

Wiio, Juhani & Uronen, Ilkka (2012) *Televisio*. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema*. Tampere: Vastapaino, sivut 150–172.

Williams, Raymond (1975) *Television. Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books.

Artikkelit

Hardt, Hanno (1988) *Comparative Media Research: The World According to America*. Critical Studies in Mass Communication. 1988 (5): 129–146.

Hujanen, Taisto (2004) *Public Service Strategy in Digital Television: From Schedule to Content*. Journal of Media Practice 2004 (3): 134–153.

Livingstone, Sonia (2003) *On Challenges of Cross-National Comparative Media Research*. European Journal of Communication 2003 (18): 477–500.

McQuail, Denis & van Cuilenburg, Jan (1983) *Diversity as a Media Policy Goal: A Startegy for Evaluative Research and a Neatherlands Case Study*. Gazzette 31 (3): 145–162.

Vuosikertomukset, selvitykset ja mietinnöt

Asp, Kent. *Svensk tv-utbud 2011*. Myndigheter för tv och radio.

<<http://www.radioochtv.se/Documents/Publikationer/Svenskt%20tvutbud%202011.pdf>> Vierailtu 26.2.2013.

Euroopan yhteisöt (1997) Amsterdamin sopimus Euroopan unionista tehdyn sopimuksen, Euroopan yhteisöjen perustamissopimusten ja niihin liittyvien tiettyjen asiakirjojen muuttamisesta. <www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-fi.pdf>. Vierailtu 24.10.2013.

Finnpanel. *Suomalaiset katsovat televisiota lähes 21 tuntia viikossa*. 1.9.2012.

<<http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=138>> Vierailtu 7.12.2012.

Förvaltningsstiftelsen. < <http://www.forvaltningsstiftelsen.se/stiftelsestyrelsen.html>>.

Vierailtu 14.3.2013.

Liikenne- ja viestintäministeriö. (2012) *Suomalainen televisiotarjonta 2011*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 14/2012.

<http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=1986562&name=DLF E-16812.pdf&title=Julkaisuja%2014-2012>

Mediemätning i Scandinavien (MMS). *Årsrapport 2011*.

<http://www.mms.se/_dokument/rapporter/ar/Årsrapport%202011.pdf>

Vierailtu 4.12.2012.

Nordicom. *Mediestatistik*. <<http://www.nordicom.gu.se/sv/mediefakta/mediestatistik>>

Vierailtu 8.4.2014.

Statens offentliga utredningar (2005) *Radio och TV i allmänhetens tjänst. Riktlinjer för en ny tillståndsperiod*. Stockholm: Elanders Gotab AB.

Sveriges Radio. *Public service redovisning 2011*.

<<http://sverigesradio.se/diverse/appdata/isidor/files/3113/12007.pdf>>.

Vierailtu 4.12.2012

Sveriges Television AB. *Sveriges Televisions public Service –redovisning 2011*.

<<http://www.svt.se/omsvt/fakta/public-service/article122812.svt/binary/Public%20service-redovisning%202011>>.

Vierailtu 4.12.2012.

SVT. *Tv-historia i årtal*. SVT.se.

<http://svt.se/2.58360/1.704445/utskriftsvanligt_format&printerfriendly=true>
> Vierailtu 20.10.2011

TNS-Sifo. *Radiundersökningar rapport IV 2011*. < [http://www.tns-sifo.se/rapporter-](http://www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat/tns-sifo-radiundersokningar-rapport-iv-2011/)

[undersokningar/radioresultat/tns-sifo-radiundersokningar-rapport-iv-2011/](http://www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat/tns-sifo-radiundersokningar-rapport-iv-2011/)>
> Vierailtu 4.12.2012.

Utbildningsradio. *Årsredovisning 2011*.

<http://www.radiotjanst.se/Documents/Arsredovisning/ÅrsredovisningUR_%202011.pdf?epslanguage=sv> Vierailtu 28.2.2013

Viestintävirasto. (2011a) *Viestintämarkkinat Suomessa vuosikatsaus 2011*.

<http://www.ficora.fi/attachments/68GJKRmx/Viestintamarkkinat_Suomessa_vuosikatsaus2011.pdf> Vierailtu 4.12.2012.

Viestintävirasto. (2011b) *Viestintäpalvelujen muutos –siirtyvätkö kaikki kuluttajat nettiin? Markkinakatsaus 4/2011*.

<http://www.ficora.fi/attachments/suomial/644MRzXDF/Markkinakatsaus_4_2011_fi.pdf> Vierailtu 4.12.2012.

Yleisradio. *Kertomus Viestintävirastolle*.

<http://yle.fi/yleisradio/sites/default/files/attachments/kertomus_viestintavirastolle_2011.pdf>. Vierailtu 25.2.2013.

Yleisradio. *Mitä YLE tekee vuonna 2013?* < <http://yle.fi/yleisradio/mita-yle-tekee-vuonna-2013#talous>> Vierailtu 28.2.2013.

Yleisradio. *Vuosikertomus 2011*.

<http://yle.fi/yleisradio/sites/default/files/attachments/ylen_vuosi_2011_0.pdf> Vierailtu 4.12. 2012.

Yleisradio. *Vuosikertomus 2012*.

<<http://yle.fi/yleisradio/vuosikertomukset/vuosikertomus-2012/koko-kansan-yle-strategiset-tavoitteet>> Vierailtu 19.4.2014.

Yleisradio. *Yleisökertomus 2011*.

<http://yle.fi/yleisradio/sites/default/files/attachments/yle_yleisokertomus_2011.pdf> Vierailtu 4.12.2012.

Muut sähköiset lähteet

Anon. *Yle-vero voimaan 2013 alussa*. 21.6.2012. < [http://www.vero.fi/fi-](http://www.vero.fi/fi-FI/Tietoa_Verohallinnosta/Tiedotteet/Ylevero_voimaan_2013_alussa(21522))

[FI/Tietoa_Verohallinnosta/Tiedotteet/Ylevero_voimaan_2013_alussa\(21522\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Tietoa_Verohallinnosta/Tiedotteet/Ylevero_voimaan_2013_alussa(21522))>

Vierailtu 28.2.2013

European Broadcasting Union. *Empowering Society: A Declaration on Core Values of Public Service Media*. < http://www3.ebu.ch/cms/en/knowledge/psm_values> Vierailtu 5.4.2013.

Hujanen, Taisto (2004). *Radio- ja tv-tutkimus Suomessa: yleisradiotutkimuksesta radio- ja tv-opin kautta mediatutkimukseen*. Tiedotusopin laitoksen opetusmonisteissa Nordenstreng, Kaarle ja Ruoho, Iiris (toim.) *Tiedotusopin peruskurssin lukemisto* <http://www.uta.fi/cmt/opiskelu/oppiaineet/tiedotusoppi/kaytannot/peruskurssin_lukemisto/Hujanen.pdf> Vierailtu 5.4.2013

Sanomalehtiartikkelit

Dagen. *Programbredden minskar I SVT trots fler kanaler*. Dagen. 15.12.2010.
< <http://www.dagen.se/insikt/programbredden-i-svt-minskar-trots-fler-kanaler/>> Vierailtu 25.2.2013.

Sundqvist, Janne. *Toimittajia on vähennetty paperitehtaan verran*. Yle.fi. 5.11.2012.
<http://yle.fi/uutiset/toimittajia_on_vahennetty_paperitehtaan_verran/6364111> Vierailtu 25.2.2013

Suomen tietotoimisto. *Valtioneuvosto hyväksyi Yle-veron –Sinkku maksaa aiempaa vähemmän*. Helsingin Sanomat. 4.4.2012.
<<http://www.hs.fi/politiikka/Valtioneuvosto+hyv%C3%A4ksyi+Yle-veron++sinkku+maksaa+aiempaa+v%C3%A4hemm%C3%A4n/a1305559285077#kommentit>> Vierailtu 18.4.2012.

TS-STT. *Irtisanomisten loputtava lehdissä, muuten ala kuolee*. Turun Sanomat. 14.11.2012.
<<http://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/414533/Liitot+Irtisanomisten+loputtava+lehdissa+muuten+ala+kuolee>>. Vierailtu 25.2.2013.

Liitteet

LIITE A

Laki Yleisradio Oy:stä

Katso tekijänoikeudellinen huomautus [käyttöehdoissa](#).

Eduskunnan päätöksen mukaisesti säädetään:

1 luku

Yleiset säännökset

1 § [\(14.6.2002/492\)](#)

Yhtiön asema

Yleisradio Oy on 7 §:n mukaista julkista palvelua liikenne- ja viestintäministeriön hallinnonalalla harjoittava osakeyhtiö. Yhtiö voi harjoittaa myös muuta toimintaa yhtiöjärjestyksensä mukaisesti.

Yhtiön oikeudesta harjoittaa televisio- ja radiotoimintaa säädetään erikseen. Toiminnan harjoittamisessa tarvittaviin teknisiin radiolaitteisiin sovelletaan, mitä radiolaissa [\(1015/2001\)](#) ja viestintämarkkinaissa [\(396/1997\)](#) säädetään.

Yhtiöön sovelletaan osakeyhtiölain [\(734/1978\)](#) säännöksiä tässä laissa säädetyin poikkeuksin.

ViestintämarkkinaL [396/1997](#) on kumottu ViestintämarkkinaL:lla [393/2003](#). OsakeyhtiöL [734/1978](#) on kumottu OsakeyhtiöL:lla [624/2006](#).

[2 §](#)

Yhtiön omistussuhteet

Yhtiön osakekannasta on valtion omistuksessa ja hallinnassa oltava määrä, joka on vähintään 70 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista ja kaikkien osakkeiden tuottamasta äänimäärästä.

3 § [\(14.6.2002/492\)](#)

Yhtiön toimintaedellytykset

Liikenne- ja viestintäministeriön tulee ottaa huomioon 7 §:n mukaisen julkisen palvelun toimintaedellytykset kehitettäessä muuta televisio- ja radiotoimintaa siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen.

2 luku

Yhtiön hallinto

[4 §](#)

Yhtiön hallintoelimet

Yhtiön hallintoeliminä ovat hallintoneuvosto, hallitus ja toimitusjohtajana toimiva pääjohtaja.

[5 §](#)

Hallintoneuvosto

Yhtiöllä tulee olla hallintoneuvosto, jonka jäsenten lukumäärä on 21.

Hallintoneuvoston jäsenet valitsee eduskunta vaalikauden ensimmäisillä valtiopäivillä. Heidän toimensa alkaa niin pian kuin vaali on toimitettu ja kestää seuraavan hallintoneuvoston jäsenten vaalin toimittamiseen. Hallintoneuvoston jäseniksi on valittava tiedettä, taidetta, sivistystyötä ja elinkeino- ja talouselämää tuntevia sekä eri yhteiskunta- ja kieliryhmiä edustavia henkilöitä. [\(21.1.2000/37\)](#)

Hallintoneuvosto valitsee keskuudestaan puheenjohtajan ja varapuheenjohtajan.

4 momentti on kumottu L:lla [9.10.1998/746](#).

6 § ([19.8.2005/635](#))

Hallintoneuvoston tehtävät

Hallintoneuvoston tehtävänä on:

1) valita ja vapauttaa yhtiön hallitus ja hallituksen puheenjohtaja sekä määrätä hallituksen jäsenten palkkio;

2) päättää asioista, jotka koskevat toiminnan huomattavaa supistamista tai laajentamista tai yhtiön organisaation olennaista muuttamista;

3) huolehtia ja valvoa, että julkisen palvelun ohjelmatoiminnan mukaiset tehtävät tulevat suoritetuiksi;

4) laatia 6 a §:ssä tarkoitettu palveluiden ja toimintojen ennakkoarviointi suhteessa julkiseen palveluun ja viestintämarkkinoiden kokonaisuuteen sekä suhteessa siihen, vastaavatko ne yhteiskunnan demokraattisiin, sosiaalisiin ja kulttuurisiin tarpeisiin, sekä arvioinnin perusteella päättää palvelun tai toiminnon aloittamisesta tai aloittamatta jättämisestä ja julkaista päätös perusteluineen; ([10.8.2012/474](#))

5) päättää talouden ja toiminnan suuntaviivoista;

6) tarkastaa ja hyväksyä hallituksen toimintakertomus; ([10.8.2012/474](#))

7) valvoa yhtiön hallintoa ja antaa varsinaiselle yhtiökokoukselle lausuntonsa tilinpäätöksestä ja tilintarkastuskertomuksesta.

Hallintoneuvoston on lisäksi vuosittain huhtikuun loppuun mennessä annettava eduskunnalle kertomus 7 §:n mukaisen julkisen palvelun toteutumisesta sekä ohjaus- ja valvontatehtäviensä toteuttamisesta edellisen kalenterivuoden aikana. Ennen kertomuksen antamista tulee kuulla Saamelaiskäräjiä. ([10.8.2012/474](#))

Hallintoneuvoston on lisäksi käsiteltävä muut hallituksen sille esittämät asiat.

Puheenjohtajan on kutsuttava hallintoneuvosto koolle, jos vähintään kolmasosa jäsenistä vaatii sitä kirjallisesti ilmoittamansa asian käsittelemistä varten. Kokouskutsu on toimitettava kuukauden kuluessa vaatimuksen esittämisestä.

6 a § ([10.8.2012/474](#))

Ennakkoarviointi

Ennakkoarviointi on tehtävä sellaisista uusista palveluista ja toiminnoista, joilla on vähäistä suurempaa vaikutusta tarjolla olevien sisältöpalveluiden kokonaisuuteen ja jotka ovat merkittävyydeltään, ajalliselta kestoltaan ja kustannuksiltaan olennaisia. Arviointi voidaan tehdä hallintoneuvoston harkinnan mukaan muutoin, jos se on perustellusta syystä tarpeellista.

Ennakkoarviointi tehdään Yleisradio Oy:n tai muun oikeushenkilön tai luonnollisen henkilön perustellusta syystä tekemästä pyynnöstä taikka hallintoneuvoston omasta aloitteesta.

Arviointiin on sisällytettävä arvio suunnitellun palvelun tai toiminnon vaikutuksista markkinoihin ja kilpailuun sekä muista vaikutuksista.

Arviointia laadittaessa on pyydettävä kilpailuviranomaisen, kuluttajaviranomaisen ja alan keskeisten toimijoiden lausunnot tai kuultava heitä suullisesti. Lisäksi voidaan kuulla muita tarpeelliseksi katsottavia asiantuntijoita.

6 b § ([10.8.2012/474](#))

Hallitus

Yhtiöllä on oltava hallitus, johon kuuluu vähintään viisi ja enintään kahdeksan jäsentä, jotka eivät saa olla hallintoneuvoston jäseniä eivätkä kuulua yhtiön muuhun ylimpään johtoon.

Yhtiön hallituksen tulee edustaa riittävän monipuolista asiantuntemusta ja molempia kieliryhmiä.

Hallituksen tehtävänä on:

1) valita ja vapauttaa yhtiön toimitusjohtaja sekä vahvistaa hänen palkkansa sekä muut toimeen liittyvät ehdot; toimitusjohtaja ei saa olla hallintoneuvoston eikä hallituksen jäsen;

2) valita yhtiön muu ylin johto sekä vahvistaa heidän palkkansa ja muut toimiin liittyvät ehdot;

3) päättää seuraavan vuoden talousarviosta;

4) kutsua koolle yhtiökokous ja valmistella siinä käsiteltävät asiat;

5) antaa yhtiön toiminnasta vuosittain kertomus Viestintävirastolle.

3 luku

Yhtiön tehtävät

7 § [\(19.8.2005/635\)](#)

Julkinen palvelu

Yhtiön tehtävänä on tuoda monipuolinen ja kattava julkisen palvelun televisio- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin. Näitä ja muita julkisen palvelun sisältöpalveluja voidaan tarjota yleisissä viestintäverkoissa valtakunnallisesti ja alueellisesti. [\(10.8.2012/474\)](#)

Julkisen palvelun ohjelmatoiminnan tulee erityisesti:

1) tukea kansanvaltaa ja jokaisen osallistumismahdollisuuksia tarjoamalla monipuolisia tietoja, mielipiteitä ja keskusteluja sekä vuorovaikutusmahdollisuuksia;

2) tuottaa, luoda, kehittää ja säilyttää kotimaista kulttuuria, taidetta ja virikkeellistä viihdettä; [\(10.8.2012/474\)](#)

3) ottaa ohjelmistossa huomioon sivistys- ja tasa-arvonäkökohdat, tarjota mahdollisuus oppimiseen ja itsensä kehittämiseen, painottaa lapsille ja

nuorille suunnattuja ohjelmistoja sekä tarjota hartausohjelmia; [\(10.8.2012/474\)](#)

4) kohdella ohjelmatoiminnassa yhtäläisin perustein suomen- ja ruotsinkielistä väestöä, tuottaa palveluja saamen, romanin ja viittomakielellä sekä soveltuvin osin myös maan muiden kieliryhmien kielellä;

5) tukea suvaitsevaisuutta ja monikulttuurisuutta sekä huolehtia ohjelmatarjonnasta myös vähemmistö- ja erityisryhmille;

6) edistää kulttuurien vuorovaikutusta ja ylläpitää ulkomaille suunnattua ohjelmatarjontaa;

7) välittää asetuksella tarkemmin säädettäviä viranomaistiedotuksia ja varautua televisio- ja radiotoiminnan hoitamiseen poikkeusoloissa.

7 a § [\(14.6.2002/492\)](#)

Aineiston tarjonnan eriyttäminen [\(23.5.2003/396\)](#)

Jos yhtiö tarjoaa julkisen palvelun televisio- ja radio-ohjelmiston tuotannossa syntyneitä aineistoja muualla kuin televisio- ja radiotoiminnassa, sen on eriytettävä julkisen palvelun televisio- ja radiotoiminnasta ja muusta julkisesta palvelusta muodostuva toimintansa toisistaan.

Eriyttämisellä tarkoitetaan tässä pykälässä sitä, että eriytettävälle toiminnoille on laadittava tilikausittain tuloslaskelma ja julkisen palvelun toiminnalle myös tase. Tuloslaskelma ja tase, joiden tulee olla yhtiön kirjanpidosta johdettavissa, on laadittava soveltuvin osin kirjanpitolain [\(1336/1997\)](#) säännösten mukaisesti. [\(23.5.2003/396\)](#)

Jos yhtiö ottaa omaan käyttöönsä julkisen palvelun televisio- ja radiotoiminnassa tuotettua aineistoa tarjotakseen sitä muualla kuin televisio- ja radiotoiminnassa, sen tulee tapahtua samoin ehdoin kuin yhtiön luovuttaessa aineistoa yhtiön ulkopuoliseen käyttöön.

4 momentti on kumottu L:lla [10.8.2012/474](#).

8 § [\(23.5.2003/396\)](#)

Muut tehtävät

Yhtiökokous voi päättää muuttaa yhtiöjärjestystä siten, että yhtiö harjoittaa myös muuta toimintaa kuin 7 §:n mukaista julkista palvelua. Tällainen toiminta on eriytettävä kirjanpidossa julkisen palvelun toiminnasta.

8 a § [\(23.5.2003/396\)](#)

Verkkopalvelun eriyttäminen

Jos yhtiö tarjoaa viestintämarkkinalain [\(393/2003\) 2 §:ssä](#) tarkoitettua verkkopalvelua, sen on eriytettävä verkkopalvelun tarjontaan liittyvä toiminta kirjanpidossa muusta toiminnastaan.

2 momentti on kumottu L:lla [10.8.2012/474](#).

4 luku [\(9.10.1998/746\)](#)

[\(9.10.1998/746\)](#)

4 luku on kumottu L:lla 9.10.1998/746.

5 luku

Erinäiset säännökset

12 § [\(14.6.2002/492\)](#)

Mainonnan kieltö

Yhtiö ei saa lähettää mainontaa televisio- tai radio-ohjelmistojensa eikä muiden eri televerkoissa tarjoamiensa julkisen palvelun tehtävään kuuluvien sisältöpalveluiden yhteydessä.

Yhtiö ei saa tuottaa sponsoroitua ohjelmaa.

12 a § [\(10.8.2012/474\)](#)

Viestintäviraston taloudelliset valvontatehtävät

Viestintävirasto valvoo 7 a, 8, 8 a ja 12 §:n noudattamista sekä sitä, että käytössä ei ole alihinnoittelua eikä ristikkäistukia.

Yhtiön on toimitettava Viestintävirastolle vuosittain

huhtikuun loppuun mennessä tilinpäätöksensä, eriytettyjen toimintojen tuloslaskelmat ja taseet liitetietoineen sekä yhtiön tilintarkastajien lausunto eriyttämislaskelmista. Yhtiön on salassapitosäännösten estämättä Viestintäviraston pyynnöstä toimitettava myös muut valvonnassa tarvittavat tiedot.

Jos yhtiö rikkoo 7 a, 8, 8 a, 12 tai 12 a §:n säännöksiä, Viestintävirasto voi velvoittaa yhtiön korjaamaan virheensä tai laiminlyöntinsä. Veloitteen tehosteeksi voidaan asettaa uhkasakko tai uhka siitä, että tekemättä jätetty toimenpide teetetään yhtiön kustannuksella.

Uhkasakosta ja teettämisuudesta säädetään uhkasakkolaissa [\(1113/1990\)](#).

12 b § [\(10.8.2012/474\)](#)

Kertomus Viestintävirastolle

Yhtiön on vuosittain huhtikuun loppuun mennessä annettava Viestintävirastolle kertomus edellisen kalenterivuoden aikana tarjotusta palvelusta. Kertomuksessa on esitettävä tiedot, jotka ovat tarpeen Viestintäviraston televisio- ja radiotoiminnan valvontatehtävissä.

Viestintäviraston on annettava valtioneuvostolle lausuntonsa kertomuksesta ja 12 a §:n 2 momentissa tarkoitettujen tilinpäätösasiakirjojen perusteella syyskuun loppuun mennessä. Lausunto annetaan tiedoksi sille eduskunnan valiokunnalle, joka käsittelee Yleisradio Oy:tä koskevat asiat.

6 luku

Voimaantulo

13 §

Voimaantulo

Tämä laki tulee voimaan 1 päivänä tammikuuta 1994.

Toimenpiteisiin tämän lain täytäntöönpanemiseksi voidaan ryhtyä ennen sen voimaantuloa.

LIITE B

ANSLAGSVILLKOR FÖR 2011 AVSEENDE SVERIGES TELEVISION AB

Anslag

Prop. 2008/09:195, bet. 2009/10:KrU3, rskr. 2009/10:61, prop. 2010/11:1 utg.omr. 17, bet. 2010/11:KrU1, rskr. 2010/11:113

Medelsanvisning 4 207 300 000 kr, varav

från rundradiokontot 3 952 900 000 kr

från distributionskontot 254 400 000 kr

Medlen utbetalas från rundradiorörelsens resultatkonto (rundradiokontot) respektive distributionskontot hos Riksgäldskontoret.

Medlen på rundradiokontot förvaltas av Radiotjänst i Kiruna AB i enlighet med avtal mellan staten och RIKAB (regeringsbeslut 1997-12-04). Medel till Sveriges Television AB (SVT) betalas ut efter rekvisition. Medlen betalas ut månadsvis i förskott. De får lyftas tidigast den 7:e i varje månad.

Enligt riksdagens beslut har regeringen bemyndigats att för 2011 besluta om lån i Riksgäldskontoret i syfte att täcka underskott på distributionskontot upp till ett belopp om 700 000 000 kronor (prop. 2010/11:1 utg.omr. 17, bet. 2010/11:KrU1, rskr. 2010/11:113). Riksgäldskontoret ska tillhandahålla denna kredit fram till dess att skulden är slutreglerad.

Under 2011 ska 530 000 000 kronor överföras från rundradiokontot till distributionskontot. RIKAB svarar för att denna överföring sker i enlighet med avtal mellan staten och RIKAB (regeringsbeslut 2001-12-20). Medlen ska överföras med en tolfedel den 7:e varje månad.

VILLKOR

Anslagsvillkoren träder i kraft den 1 januari 2011 och gäller till och med den 31 december 2011. Regeringen föreskriver att SVT:s medelstilldelning ska förenas med följande villkor.

Ekonomiska förutsättningar

1.

SVT ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de prioriteringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen

3

för uppdraget bedrivs rationellt. SVT ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet.

2.

Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet, dvs. att producera och sända tv-program till allmänheten. Medlen ska också i förekommande fall användas till kompletterande verksamhet, dvs. verksamhet som syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

3.

Sidoverksamheter till SVT:s sändningsverksamhet ska bära sina egna kostnader och i övrigt bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt i för-hållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster. Sidoverksamheter ska redovisas som egna resultatområden. Det ska finnas en resultaträkning och, om god redovisningssed så kräver, en balansräkning för dessa verksamheter. Redovisningen ska ingå som en del av årsredovisningen som granskas av bolagets revisorer.

4.

SVT ska tillsammans med Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR) anslå medel för RIKAB:s kostnader i proportion till storleken på respektive programföretags medels-tilldelning från rundradiokontot.

5.

SVT har som delägare till RIKAB ansvar för att RIKAB för statens räkning uppbär radio- och tv-avgifter och bedriver avgiftskontroll samt ansvarar för förvaltningen av rundradiorörelsens medel.

Verksamhet

6.

SVT ska sända text-tv-sändningar till hela landet.

7.

SVT får bedriva sändningar via satellit med syfte att nå allmänheten i Sverige, Finland och övriga världen.

8.

SVT:s sändningar riktade till Sverige ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning utöver erlagd radio- och tv-avgift. Till den del sändningarna görs tillgängliga utanför Sverige ska verksamheten bära sina egna kostnader.

9.

SVT ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för tv. För att nå tittarna är det nödvändigt att kärnverksamheten tillgängliggörs på olika plattformar. Utbudet ska utformas på ett sådant sätt att så många som möjligt kan tillgodogöra sig tjänsterna och programmen. SVT bör iaktta försiktighet när det

4

gäller satsningar på oprövad teknik eller teknik som inte alla tittare har tillgång till.

10.

SVT ska särskilja vad som är att betrakta som kärnverksamhet och kompletterande verksamhet och upprätthålla en god balans i omfattningen mellan dessa. Den kompletterande verksamheten ska utgå från och ha en tydlig koppling till kärnverksamheten. Sidoverksamheter ska inte ges en sådan omfattning eller vara av sådan karaktär att de kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

11.

Nya permanenta programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten och den kompletterande verksamheten som SVT vill lansera ska anmälas till regeringen för godkännande. Anmälan ska även sändas till Myndigheten för radio och tv. Anmälan ska vara utförlig och tydlig och innehålla de uppgifter som kan tänkas krävas för en förhandsprövning. Den ska så långt det är möjligt utformas för att kunna utgöra underlag för en öppen konsultation.

Anmälan ska innehålla:

- en utförlig beskrivning och motivering av tjänsten som utgår från tjänstens värde för publiken och relevans för uppdraget i allmänhetens tjänst, - en redogörelse för vad tjänsten tillför i relation till existerande eget respektive andras utbud,

- en beskrivning av hur tjänsten påverkar övrig verksamhet, bl.a. med avseende på ekonomiska konsekvenser, - en redogörelse för målgrupp och

förväntad användning bland befolkningen, - uppgifter om planerad lansering och expansion, - en bedömning av tjänstens marknadspåverkan, t.ex. med avseende på vilka aktörer som påverkas och hur, samt - en kortfattad sammanfattning av ovanstående.

12.

Överenskommelser mellan SVT, SR och UR rörande insatser för språkliga och etniska minoriteter samt personer med funktionsnedsättning ska sändas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och Myndigheten för radio och tv innan verksamhetsåret börjar.

5

Organisation

13.

SVT ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå. Den lokala och regionala organisationen ska ges tillräckliga resurser för att effektivt kunna spegla respektive områdes särprägel och egenart. Organisationens ska utformas med syfte att möjliggöra hög närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna.

14.

Den andel av allmänproduktionen i SVT:s rikssändningar som produceras utanför Stockholm ska uppgå till minst 55 procent.

15.

SVT:s nyhetsverksamhet ska bedrivas så att de olika självständiga nyhetsredaktionerna inom företaget oberoende av varandra kan fatta beslut med skilda perspektiv.

16.

Programverksamhet för teckenspråkiga ska bedrivas i en teckenspråkig miljö. Det innebär att arbetsplatsen ska vara tvåspråkig (svenskt teckenspråk och svenska).

17.

SVT ska säkerställa att företagets organisation för inköp och beställning av extern produktion präglas av tydlighet.

18.

Om oenighet uppstår mellan SVT och UR om fördelning och placering av sändningstid ska frågan

avgöras av en skiljenämnd enligt lagen (1999:116) om skiljeförfarande.

19.

Staten får, om SVT:s sändningstillstånd upphör, inlösa byggnader, inredning och utrustning samt övriga inventarier och installationer, som tillhör SVT. Kan överenskommelse ej träffas om lösenbeloppet, ska detta bestämmas av tre värderingsmän, som utses enligt lagen (1999:116) om skiljeförfarande. SVT ska medverka till att företag som staten bestämmer utan särskilt vederlag får överta de lokaler som SVT förhyrt. SVT medger att personal anställd för program-verksamheten får övergå till anställning i sådant företag senast när tillståndet upphör att gälla.

Redovisning och revision

20.

SVT ska senast den 1 mars 2011 lämna budgetunderlag till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) inför regeringens förslag till riksdagen om medelstilldelning för 2012. Budgetunderlaget ska innehålla redovisningar av den genomförda verksamheten samt redovisningar av SVT:s planer för verksamheten. SVT jämte övriga

6

delägare av RIKAB svarar för att även en redovisning avseende RIKAB:s verksamhet bifogas budgetunderlaget. RIKAB ska senast den 1 mars 2011 till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) inge årsredovisning för rundradiorörelsen avseende 2010. Redovisningen ska innehålla en redogörelse för avgiftskontrollens effekter.

21.

SVT ska årligen följa upp och redovisa hur uppdraget fullgjorts. Redovisningen avseende 2011 ska senast den 1 mars 2012 ges in till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) samt till Myndigheten för radio och tv. Samtliga verksamhets- och programområden ska redovisas i rapporten. SVT ska bl.a. utförligt rapportera hur programverksamheten för teckenspråkiga utvecklas. Kulturuppdraget ska

redovisas tydligare. Till rapporten ska fogas en redovisning av eventuella sidoverksamheter som SVT har bedrivit. SVT ska, i samarbete med SR och UR, ta fram konkreta uppföljningsbara resultatmätt baserade på tillstånds- och anslagsvillkor. Resultatmåttan bör utformas så att de ger väsentlig information om uppdraget och förmedlar viktiga erfarenheter av verksamheten. SVT ska på olika sätt stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten. SVT ska redovisa och kommentera hur resultaten har utvecklats med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet. Samarbets- och effektiviseringsåtgärder ska rapporteras i redovisningen. SVT ska utveckla arbetet med att mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet. Programstatistiken ska utformas så att jämförelser blir möjliga över tid. Redovisningen ska uttrycka olika programkategoriers andel av den totala sändningstiden, när olika programtyper sänds samt resursförbrukningen för respektive kategori. Redovisningen ska även avse omfattningen av tittandet och publikens reaktioner samt företagets planer för kommande år. SVT ska redovisa hur det säkerställs att all verksamhet uppfyller de krav som ställs på företaget i sändningstillstånd och anslagsvillkor. SVT ska redogöra för vilka nya programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten och den kompletterande verksamheten som har lanserats under året. Detta gäller oavsett om tjänsterna har anmälts för godkännande enligt

7

punkt 11 eller inte. För de tjänster som har lanserats på försök ska det anges hur lång försökstid som har planerats för dessa.

22.

SVT ska säkerställa att företagets revisorer ges möjlighet att granska företagets redovisning enligt punkt 20, budgetunderlag och, i förekommande fall, särredovisningar av uppdrag i särskilda regeringsbeslut. Utlåtande över dessa granskningar ska ske i särskilda revisorsintyg som tillställs Regeringskansliet (Kulturdepartementet).

LIITE C

SVT:n lähetystoimilupa

SÄNDNINGSTILLSTÅND FÖR SVERIGES

TELEVISION AB

Kulturdepartementet 2009-12-17

Tillståndets innebörd, tid och upphörande

Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva tv-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället. Det är särskilt viktigt att SVT slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset. SVT meddelas tillstånd att sända rikstäckande television i enlighet med

2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen (1996:844). Sändningstillståndet ger SVT följande rättigheter avseende sändningar med digital sändningsteknik:

1. Att sända televisionsprogram i hela landet.

2. Att tillsammans med Sveriges Utbildningsradio AB sända televisions-

program under hela dygnet och att därvid använda all tillgänglig överförings-

kapacitet i en frekvenskanal.

3. Att för tillfälliga sändningar av televisionsprogram använda över-

föringskapacitet som upplåtits av annan även om den sammanlagda kapaciteten

överstiger vad som ovan anges.

4. Att upplåta överföringskapacitet till annan tillståndshavare.

5. Att sända så många samtidiga programtjänster som den tillgängliga överföringskapaciteten medger.

Att sända rikstäckande program innebär rätt att dela upp sändningen i regionala sändningar.

Tillståndet träder i kraft den 1 januari 2010 och gäller till och med den 31 december 2013. Samtidigt upphör SVT:s nu gällande sändningstillstånd.

Detta tillstånd kan återkallas enligt bestämmelserna i 11 kap. 1, 2 och 7 §§ radio- och TV-lagen.

Villkor för sändningsrätten

Regeringen föreskriver att sändningstillståndet ska förenas med följande villkor, vilka SVT godtagit enligt 3 kap. 14 § radio- och TV-lagen.

Allmänna bestämmelser

1 §

SVT ska samtidigt sända svt och SVT2 samt två ytterligare programtjänster till hela landet. Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen ska kunna ta emot sändningarna.

De två ytterligare programtjänster, som förutom svt och SVT2 ska sändas, ska skilja sig såväl från varandra som från svt och SVT2 med avseende på innehåll eller sändningstider. Sändningarna ska omfatta i 2 genomsnitt minst 50 timmar per vecka under ett kalenderår vardera programtjänsten.

2 §

SVT ska bereda utrymme för sändningar av program och text-tv från Sveriges Utbildningsradio AB (se även SVT:s anslagsvillkor).

3 §

SVT ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte endast kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet

4 §

SVT ska använda digital utsändningsteknik för marksändningar. SVT får även distribuera programmen på andra sätt så att de blir möjliga att ta emot i hela Sverige. Den tekniska kvaliteten på sändningarna ska vara hög.

SVT ska samverka i tekniska frågor med övriga innehavare av tillstånd att sända tv-program. SVT ska ingå avtal som medför att den som utför utsändningstjänsten, eller annan aktör som överenskommit mellan SVT och övriga tillståndshavare, sänder en elektronisk programguide som presenterar de olika programtjänsterna på ett likvärdigt sätt och inte på ett otillbörligt sätt gynnar vissa företag eller finansieringsformer. Om SVT sänder tjänster för vilka det krävs att mottagaren använder en styrprogramvara (Application

Programme Interface, API) ska en standard som är upptagen i Europeiska kommissionens förteckning över

standarder och/eller specifikationer för elektroniska kommunikationsnät, kommunikationstjänster och tillhörande faciliteter och tjänster användas. SVT ska härutöver när det är relevant samverka med övriga innehavare av tillstånd att sända tv-program kring frågor som berör multiplexering och åtkomstkontroll.

Innehållet i sändningarna

5 §

Sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt samt med beaktande av att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet ska råda i televisionen. SVT ska före sändning av program så noggrant som omständigheterna medger kontrollera sakuppgifter i programmet. Ämnesval och framställning ska ta sikte på vad som är relevant och väsentligt.

6 §

Den enskildes privatliv ska respekteras programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat.

7 §

SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. Hög kvalitet och nyskapande form och innehåll ska utmärka programverksamheten. Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och som helhet präglas av folkbildningsambitioner. SVT ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar.

i 3

8 §

SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning samhället. Språkvårdsfrågor ska beaktas i verksamheten. SVT ska tillhandahålla ett mångsidigt utbud av program av hög kvalitet på det svenska språket.

9 §

Nyhetsverksamheten i SVT ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program.

SVT ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor.

SVT ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra maktsfärer.

Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter.

SVT ska sända regionala nyhetsprogram.

10 §

SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud av hög kvalitet. Detta utbud ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden.

SVT ska bevaka, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder. Det utländska programutbudet ska spegla olika kulturkretsar och innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen.

SVT ska, självt och i samarbete med utomstående producenter och utövare i det svenska kulturlivet, svara för en omfattande produktion av kulturprogram i vid mening och då särskilt på det svenska språket. Särskild vikt ska läggas vid dramaproduktion av hög kvalitet. En viktig del är att spegla de många olika kulturer och kulturyttringar som finns i Sverige.

SVT ska göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för hela publiken genom samarbeten med kulturinstitutioner samt fria kulturproducenter på skilda kulturområden i hela Sverige.

SVT ska bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion.

11 §

SVT ska erbjuda ett varierat utbud av program av hög kvalitet får och med barn och unga. Programmen ska på barns och ungdomars egna villkor förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. SVT ska ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program i olika genrer för barn och unga.

SVT ska särskilt utveckla programverksamheten för de äldre barnen och ungdomarna. SVT ska ta särskild hänsyn till de språkliga behoven hos barn och

ungdomar som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper, liksom till barn och ungdomar som har teckenspråk som första språk.

12 §

SVT ska ta hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen.

SVT bör ägna stor uppmärksamhet åt sättet att skildra våld i nyhetsprogram och andra program som informerar publiken om det faktiska våld som förekommer.

13 §

SVT ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning. Ambitionsnivån när det gäller möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig SVT:s utbud ska höjas och tillgängligheten förbättras i syfte att arbeta mot det långsiktiga målet att hela utbudet görs tillgängligt för alla medborgare. Fler teckentolkade program och försök med syntolkning är en rimlig utveckling mot detta mål. Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras särskilt. Program ska även produceras för speciella målgrupper.

SVT ska ha en dialog med de berörda grupperna. I fråga om program om och för personer med funktionsnedsättning får SVT, Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR) sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

SVT:s programverksamhet för döva ska ha minst samma omfattning som under den föregående tillståndsperioden. Samtidigt ska ambitionsnivån för sändningarna på teckenspråk höjas. Inriktningen på programverksamheten för döva ska vara att sända främst nyheter, information och kulturprogram på teckenspråk. Barn och ungdomar ska särskilt prioriteras.

Målet för tillståndsperioden ska vara att alla program på svenska i syn, SVT2 och SVT:s övriga programtjänster ska textas. Textningen ska hålla en hög kvalitet. SVT ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bl.a. genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrundsljud kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet.

14 §

SVT ska beakta språkliga och etniska minoriteters intressen. Verksamheten ska vara ett prioriterat område. Tillgängligheten ska förbättras. Minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib ska inta en särställning. SVT ska ha

en dialog med de berörda grupperna.

I fråga om verksamhet för språkliga och etniska minoriteter får SVT, SR och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

15 §

SVT ska verka för mångfald i programverksamheten genom en variation i produktionsformer. Vid sidan om en betydande egen programproduktion ska utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program bidra till denna variation liksom utomstående medverkan i den egna programproduktionen.

16 §

SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SVT ska se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten.

Genmäle

17 §

Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående ska ges tillfälle till genmäle. Begäran om genmäle ska behandlas skyndsamt. Bifalls begäran om genmäle, ska ett genmäle sändas så snart det kan ske i eller i anslutning till program av samma eller likartad karaktär som det som anmärkningen avser. 5

Om en skriftlig begäran om genmäle har avslagits av SVT ska bolaget lämna information till den berörde om förutsättningarna får att hos Granskningsnämnden får radio och TV anmäla bolagets beslut eller dess handläggning av ärendet. Ett beslut om avslag ska innehålla uppgifter om skälen föravslaget.

Villkor för reklam och sponsring

18 §

SVT får inte sända reklam. Förbudet omfattar inte sponsringsmeddelanden, reklam för egen programverksamhet eller för programverksamhet från SR och UR, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen.

19 §

SVT får inte sända sådana sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direct. Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma

- i SVT:s sändningar i samband med sportevenemang,

- av program som innebär utsändning även allmän sammankomst eller offentlig tillställning där SVT är arrangör, under förutsättning att det är ett arrangemang inom ramen för ett åtagande gentemot Europeiska Radiounionen (EBU) eller ett arrangemang av liknande betydelse samt att programmet direktsänds till flera länder.

Detta gäller inte för program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år.

Inom ramen för ovanstående bestämmelser får sponsring förekomma i samband med högst 20 evenemang per år.

SVT får sända sådana indirekt sponsrade program

- som framställs eller har framställts i samarbete med någon annan som fått bidrag från utomstående för sin andel av produktionen,

- där SVT köpt en visningsrätt till ett färdigproducerat eller icke färdig-producerat program som fått bidrag, eller som senare får bidrag från utomstående, och

- som framställs eller har framställts av programföretag i ett annat land inom ramen för åtagande gentemot EBU där bidrag till produktionen lämnats från utomstående.

Sträng restriktivitet ska råda när det gäller indirekt sponsrade program som vänder sig till barn under 12 år.

20 §

Bestämmelser om sponsringsmeddelande finns i 7 kap. 8 § första stycket radio- och TV-lagen.

En sponsors logotyp får användas endast om det kan ske utan risk för förväxling med tjänst eller vara som sponsorn erbjuder till försäljning.

Sponsringsmeddelandet, som ska vara kort, får inte åtföljas av musik och ska även i övrigt ges en neutral utformning.

21 §

Vid sändning av reklam enligt 18 § behöver inte reklaminslagen omges av Uud- och bildsignaturer enligt 7 kap. 1 § första stycket radio- och TV-lagen eller vara minst en minut långa enligt 7 kap. 6 §.

6

Beredskaps- och säkerhetsfrågor

22 §

SVT ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SVT ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av sändningar.

23 §

SVT ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner vilka årligen före den 1 mars ska lämnas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom.

Om högsta beredskap råder i landet ska SVT utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. UR:s resurser ska i en sådan situation tillföras SVT och SR. Om höjd beredskap råder i landet får regeringen förordna att vad som sägs i första meningen i detta stycke ska gälla.

De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och anslagsvillkor för bolaget ska vara vägledande också för den verksamhet som bedrivs under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred.